

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Widhi Kurniawan, Z. P. (2016). Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Ariskawati, L. (2019). PENGARUH AKREDITASI PRODI, BIAYA PENDIDIKAN DAN FASILITAS PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENERUSKAN STUDI PADA PROGRAM SARJANA (S.1) FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI.
- Bahri Kamal, G. D. (2017). Pengaruh Persepsi, Akreditasi Prodi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pengaruh Persepsi, Akreditasi Prodi, Dan Promosi Terhadap Keputusan.
- Basuki, A. T. (2014). *Penggunaan SPSS Dalam Statistik*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Charantimath, P. M. (2017). *Total Quality Management*. India: Pearson India.
- DWITYANTI, E. (2008). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP LAYANAN INTERNET BANKING MANDIRI. *TESIS UNIVERSITAS DIPONEGORO*.
- Harwani, Y. (2018). Model Minat Perguruan Tinggi Berbasis Preferensi Dengan Perilaku Terencana, Merek, dan Kelompok Referensi.
- Ir. Sofyan Siregar, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta.
- Jannah, D. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE, UKT, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA ANGKATAN 2018 MEMILIH UIN SUNAN AMPEL SURABAYA. *Skripsi UIN Sunan Ampek Surabaya*.
- Karyati. (2016). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri Di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016). *Skripsi Universitas Negeri*

Yogyakarta.

Marthanti, E. S. (2020). ANALISA PENGARUH SERVICE QUALITY, COST STUDY, PROMOTION DAN IMAGE PADA MINAT KULIAH SORE DI UISI BAGI KARYAWAN .

Mita Yuniati, M. K. (2013). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP PRODUK RABBANI. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*.

Muhammad Dian Ruhamak, E. H. (2018). Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare Kediri).

Muji Gunarto, V. G. (2016). ANALISIS PERSEPSI DAN PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP REPUTASI PEMERINGKAT PERGURUAN TINGGI.

Nuryadi, S. M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Gramasurya.

PDDikti Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. (2021). From https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_prodi

Philip Kotler, G. A. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson.

Philip Kotler, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*. Edinburgh: Pearson.

Purwati, L. I. (2020). PENGARUH REPUTASI, BIAYA PENDIDIKAN, DAN LOKASI TERHADAP PREFERENSI MAHASISWA ANGKATAN 2019 MEMILIH IAIN PONOROGO. *Skripsi IAIN Ponorogo*.

Putri, K. P. (2011). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, BIAYA PENDIDIKAN, DAN FASILITAS PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MELANJUTKAN STUDI PADA PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG. *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*.

Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.

Reni Hariyani, B. T. (2015). PENGARUH BRAND IMAGE, LOKASI, DAN FASILITAS PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN CALON MAHASISWA UNTUK BERKULIAH DI UNIVERSITAS DAN

AKADEMI SEKRETARI BUDI LUHUR. 2.

Setia Ningsih, H. D. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 3.

Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.

Utomo, H. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gunadarma.

Wulandari, I. M. (2013). PENGARUH BRAND IMAGE DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN CALON MAHASISWA MELANJUTKAN STUDI DI PERGURUAN TINGGI (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember). *Skripsi Universitas Jember*.

www.rssemengresik.com. (2019). Retrieved Desember 13, 2021 from Rumah Sakit Semen Gresik: <https://www.rssemengresik.com/about-us>

