DAFTAR PUSTAKA

Ahmed, Z. Y., Yulianto, M. R., & Indayani, L. (2024). Pengaruh akreditasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat kuliah mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal E-Bis*, *8*(1), 424-439.

Alamsyah, M. R., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Burger King Jemursari. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, *10*(6).

Anam, K. (2025). *Efektivitas Social Media Marketing Dan Personal Selling Melalui Brand Awareness Terhadap Keputusan Mendaftar Kuliah Di Feb Unissula* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).

Atsaniyah, C. C., Kurniawan, R. Y., & Musfidah, H. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Pengangguran terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Kabupaten Sampang. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, *9*(3), 1220-1232.

Auliarahman, L., & Sumadi, S. (2020). The effect of social media marketing and religiosity on perceived value and student's decision in choosing non-religious program at Islamic higher education. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 82-95.

Erliawan, A. D. (2022). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Disiplin Kerja Pada Pemerintah Kabupaten Jombang. SIBATIK JOURNAL: *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(8), 1331-1342.

Farman, I., Alamsyah, N., & Taufik, A. (2026). Peran Sosial Media Marketing dalam Meningkatkan Daya Tarik Mahasiswa Baru di Jurusan Pendidikan Teknologi Informasi: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, *4*(4), 22288-22292.

Febriyanti, W. F., & Irmawati, I. (2024). The effect of utility value, hedonic value and social value on sustainable purchase intentions. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *12*(1), 175-190.

Firman, A. F. (2024). Analysis Pengaruh Biaya Kuliah Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Dengan Beasiswa KIP Kuliah Sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Hukum Dan Bisnis (FHB) Institut Teknologi Dan Bisnis (ITB) Yadika Pasuruan. *Jurnal Transparan Institut Teknologi dan Bisnis Yadika*, *16*(2), 98-108.

Ghozali, I., & Latan, H. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM).* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Giovani, R. R., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, *11*(1), 10-17.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage Publications.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). *"PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet"*. *Journal of Marketing Theory and Practice*.

Hajatina, H. (2021). Pengaruh Social Networking, Biaya Kuliah Dan Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan Kuliah Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *VALUE*, *1*(2), 1-12.

Harefa, B. P. (2026). Strategi Digital Marketing Untuk PeningkatanDaya Saing Umkm Di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Nusantara*, *2*(1), 256-261.

Hariyana, N., & Syahputra, H. (2022, October). Dampak marketing digital online pada keputusan pembelian produk UMKM. In *Seminar Nasional Akuntansi Dan Call for Paper* (Vol. 2, No. 2, pp. 168-173).

Hermawan, H., & Bimo, W. A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Logistik Dan Bisnis Internasional Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *8*(1), 689-701.

Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori, penerapan, dan riset nyata*. Anak Hebat Indonesia.

Juliana, J., Akmaliah, Q. J., Kalsum, U., & Ifendi, M. (2025). Strategi Pemasaran Jasa pada Perguruan Tinggi. *DIAJAR: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, *4*(1), 132-138.

Kartajaya, H., Kotler, P., & Hooi, D. H. (2019). Marketing 4.0: moving from traditional to digital. *World Scientific Book Chapters*, 99-123.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran (B. Sabran (ed.); 13 Jilid 2). Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th/16th Edition)*.

Lahangi, R. (2024). Pengaruh Promosi Online Dan Biaya Kuliah Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Baru Memilih Institusi Pendidikan Tinggi Swasta (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Journal of Management and Business*, 62-70.

Lestari, D., Muharam, H., & Pranowo, A. S. (2026). Consumer Trust as a Mediator: The Influence of Price Perception and Brand Image on School Choice Decision (Case Study at Ar-Rahman Excellence Junior High School). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, *9*(1), 528-538.

Manullang, O. J. R., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Persepsi Calon Mahasiswa Terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi: Studi Kasus Pada Institut Teknologi Del. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, *2*, 168-79.

Masnawati, E., & Darmawan, D. (2023). Pengaruh lokasi, akreditasi dan biaya kuliah terhadap niat memilih perguruan tinggi swasta di Surabaya. *Journal on Education*, *6*(1), 1326-1336.

Maulina, A., Rahmawati, N. F., Patria, Y. M., & Administrasi, F. I. (2023). Practicing Green Consumer Behaviour Model Based on the Theory of Planned Behaviour Perspective Praktik Model Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan dari Perspektif Teori Perilaku Terencana. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, *7*(1), 81-92.

Mesra, T., Faisal, R., & Alfiyad, F. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Dumai. *Integrasi: Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, *10*(2), 181-192.

Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N. K., & Lestariningsih, N. D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian tindakan kelas dalam pendidikan olahraga*. Insight Mediatama.

Nanda, V. D., & Keni, K. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada makanan kecil di jakarta. *Jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan*, *6*(5), 515-519.

Pramesti, A. A., Soebiantoro, U., & Mandasari, V. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand & Body Lotion Vaseline Gluta-Hya di Kota Surabaya. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, *10*(2), 200-208.

Puspitasari, R. A. (2024). Pengaruh Citra Universitas, Lokasi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih PRODI. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, *3*, 259-269.

Putra, E. T. K., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet XL. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, *17*(1), 100-109.

Putri, A. (2021). Analisis Perbandingan Biaya Kuliah Program Studi S1 Akuntansi Antar Perguruan Tinggi Swasta di Bekasi. *Paradigma*, *18*(1), 46-52.

Rahman, A., Sari, D., & Wijaya, T. (2022). The role of customer satisfaction as a moderator in the relationship between service quality and customer loyalty using SEM-PLS. *Journal of Business Research*, 124, 15–25. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.001

Riswati, B. M., Sukarno, G., Warmana, O., & Zawawi, Z. (2024). Pelatihan penerapan digital marketing melalui media sosial Instagram dan e-commerce pada UMKM Penjaringan Sari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *5*(1), 880-885.

Sangadji, E. M. & Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). *Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian* (Doctoral dissertation, Udayana University).

Sari, N. (2021). Pengaruh financial literacy, locus of control, life style, dan gender terhadap financial management behavior mahasiswa universitas negeri surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *9*(2), 670.

Sari, N., Yasmanto, Y., Angelita, G., Istikhomah, N., & Zharkasih, A. (2025). Pengaruh Social Media Marketing dan Online Customer Review Terhadap Persepsi Nilai Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Pelanggan Shopee di Bekasi. *Jurnal Kajian Ilmiah*, *25*(1), 61-76.

Sawal, M. A., Pardiman, P., & Nurhidayah, N.(2024). Sosialisasi Pendidikan Tinggi Dalam Peningkatan Pembangunan Sumber Daya Manusia Berkualitas. *Jurnal SOLMA*, *13*(1), 503-512.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior (10th Edition).* Global Edition: Pearson Higher Education.

Sihotang, H. (2023). Metode penelitian kuantitatif.

Sinambela, Lijan Poltak dan Sarton Sinambela (2021). Metodologi Penelitian Kuanitatif - Teori Dan Praktik. Depok: Rajawali Pers.

Sofyani. (2025). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia, 9(1), 80 94.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Wahyuni, E. S. (2022). Pengaruh Brand Trust dan Perceived Value terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi di IAIN Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, *10*(1), 348-356.

Wicaksono, A. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pengantar Ringkas)*. Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca, hlm 53

Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: sebuah tinjauan teori & praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Wijaya, H. C., Tungadi, D., Wanggarry, V., Christoffel, R. C., & Sanapang, G. M. (2025). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi: Studi Empiris pada Kampus X di Makassar. *Jurnal Online Manajemen ELPEI*, *5*(1), 1262-1270.

WULANDARI, A. R. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pengambilan Keputusan Melalui Perceived Value dan Hospital Brand Image Di Rumah Sakit Unhas Makassar= The Influence Of Digital Marketing On Decision Making Through Perceived Value And Hospital Brand Image At Unhas Hospital Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Yusuf, Y. T. (2025). The Role of Brand Image Mediation in the Influence of Price and Promotion on Students' Decisions in Choosing Private Universities. *Jurnal Economic Resource*, *8*(2), 1756-1768.

Zusrony, Edwin. 2021. *Perilaku Konsumen di Era Modern.* Semarang: Yayasan PAT,.