

DAFTAR PUSTAKA

- Afiqoh, N. W. (2021). Good University Governance to Improve Student Service and Trust. *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHC)*, 1(1), 62. <https://doi.org/10.30587/umgeshic.v1i1.2472>
- Ahmad, S., & Ali, M. H. (2022). Institutional Service Quality, Word of Mouth and Institutional Image: An Empirical Study of Pakistani Universities Shakeel Ahmad 1 , Muhammad Hasnain Ali 2. *Journal of Policy Research*, 8(1), 18–30.
- Andrian. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Augusty, F. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Cavanagh, A. J., Chen, X., Bathgate, M., Frederick, J., Hanauer, D. I., & Graham, M. J. (2018). Trust, growth mindset, and student commitment to active learning in a college science course. *CBE Life Sciences Education*, 17(1), 1–8. <https://doi.org/10.1187/cbe.17-06-0107>
- Chalil, R. D. (2020). *Brand, Islamic Branding & Rebranding. Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Chikazhe, L., Makanyeza, C., & Kakava, N. Z. (2020). The effect of perceived service quality, satisfaction and loyalty on perceived job performance: perceptions of university graduates. *Journal of Marketing for Higher Education*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1793442>
- Dwi Astuti, A. (2021). Fasilitas, Harga, Kualitas Pendidikan, Dan Lokasi Sebagai Determinan Proses Keputusan Siswa Memilih Jasa Pendidikan Di SMK Muhammadiyah Imogiri (Studi Kasus Pada Jurusan Tata Busana). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(2), 134–140. <https://doi.org/10.52643/jam.v10i2.1128>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Proses Keputusan Memilih. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>

- Fahham, A. M. (2020). *Pendidikan Pesantren Pola Pengasuhan, Pembentukan Karakter dan Perlindungan Anak*. Jakarta: Publica Institute.
- Fathan. (2019). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Memilih Siswa.
Jurnal Pendidikan Indonesia. Volume 3. Nomor 4. Tahun 2019
- Ghobehei, M., Sadeghvaziri, F., & Ebrahimi, E. (2019). The effects of perceived brand orientation and perceived service quality in the higher education sector. *Eurasian Business Review*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s40821-018-00115-4>
- Hartono, J. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman- Pengalaman*. Yogyakarta: BPFEE.
- Hasan, A., & Ass, S. B. (2020). Pengaruh Citra Sekolah dan Kualitas Tenaga Pengajar terhadap Proses Keputusan Peserta Didik dalam Memilih Sekolah Musik Yamaha Indonesia di Kota Makassar. *Jurnal BRAND*, 2(1), 79–88. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
- Hwang, Y.-S., & Choi, Y. K. (2019). Higher education service quality and student satisfaction, institutional image, and behavioral intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 47(2), 1–12. <https://doi.org/10.2224/sbp.7622>
- Juliana, J., & Johan, J. (2020). Pengaruh *brand image* terhadap proses keputusan memilih universitas dengan *brand trust* sebagai variabel intervening. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 229. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1978>
- Karno, E. (2019). *Mutu Pendidikan dan Inovasi Pembelajaran*. Kendari: UHO EduPress.
- Katz, Elihu, Lazarsfeld, Paul, 2008. Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal komunikasi pemasaran. Vol 6, Nomor 234-237, April-Juni 2018)
- Krisbiyanto, A., & Nadhifah, I. (2022). Pengaruh Lokasi dan Citra Sekolah Terhadap Proses Keputusan Siswa Memilih Sekolah di Sekolah Menengah Atas Negeri. *Academicus: Journal of Teaching and Learning*, 1(1), 20–31. <http://digilib.unimed.ac.id/41164/>
- Manshuruddin. (2021). *Pendidikan Karakter Berbasis Kultur Pesantren Modern*. Sumatra Barat: Azka Pustaka.

- Margono. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Mukhsin, M. (2022). *Membangun Kualitas Hubungan Rantai Pasokan*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nurmawati. (2019). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Nursaid, Purnomo, S. H., & Qomariah, N. (2020). *The Impact of Service Quality and Institutional Image on the Satisfaction and Loyalty of Master of Management Students*. 436, 156–161. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.033>
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (2018). *Customer Behavior & Marketing Strategy (Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran)*. Edisi Kesembilan. Cetakan Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Pham, L., Limbu, Y. B., Bui, T. K., Nguyen, H. T., & Pham, H. T. (2019). Does e-learning service quality influence e-learning student satisfaction and loyalty? Evidence from Vietnam. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0136-3>
- Prahesti, R. T., Ruliana, P., & Subarsa, K. Y. (2021). Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Citra Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 0913, 234–244.
- Qalifa (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Siswadengan Reputasi Lembaga Pendidikan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Volume 8 Nomor 1. <https://doi.org/10.1583/83311895.2021.1867119>
- Rahayu, S. (2021). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap & Loyalitas Pembelian*. Indramayu: Adanu Abimata.
- Rufial. (2021). Pengaruh Citra Lembaga Biaya Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Masuk Perguruan Tinggi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen S1 - STIE Swasta Terakreditasi B LLDIKTI Wilayah III Di DKI Jakarta. *IKRAITH-Ekonomika*, 5(1), 142–151.
- Sa'adah, L. (2020). *Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jombang: LPPM Universitas KH. A Wahab Hasbullah.

- Santoso, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif: Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS*. Yogyakarta: Andi.
- Saragi, C. P., Simanjuntak, R. F., & Muharman, D. (2020). Peubah Kepercayaan Merek Melampaui Kausalitas Persuasi Pemasar Pada Proses Keputusan Memilih Berkuliah. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 065. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2068>
- Sari, A. R. P. (2020). *Kepercayaan Pelanggan di antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*. Klaten: Lakeisha.
- Shinta, Agustina (2020). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Singh, S., & Jasial, S. S. (2021). Moderating effect of perceived trust on service quality–student satisfaction relationship: evidence from Indian higher management education institutions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 31(2), 280–304. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1825029>
- Sudarsono, Heri (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Bandung: Alfabeta.
- Syafiq. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan Tinggi Terhadap Proses Keputusan Mahasiswa Memilih. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 5. Nomor 7. Tahun 2019.
- Triwiyanto, T. (2021). *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Umar, H. (2015). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Widarjono, A. (2016). *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, Amos, dan SmartPLS (Edisi Kedu)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wahyudi, W. (2020). *Pendidikan Karakter Di Era Milenial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wardhana, A. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Warnadi & Aris Triyono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Warsito, C. I. S. D. D. W. (2022). *Membranding Bank Syariah Melalui Citra, Standarisasi dan Niat Merekomendasikan*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Wibowo, Ratna Andi (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Universitas Semarang.
- Wirjawan, T. W., Kusuma, R. W., & Guntur, M. (2021). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pelita Bangsa. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(02), 146–153.
- Wiyata, M. T., & Awaliah, N. N. (2019). Pengaruh Budaya Dan Kepercayaan Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Institut Manajemen Wiyata Indonesia. *Cakrawala*, 2(April), 32–46.
- Yolanda, A. N. N. A. S. (2021). *Peranan Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Perusahaan*. Sumatera Utara: Cattleya Darmaya Fortuna.
- Yusnita. (2019). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Semarang: Alprin.