

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rienka Cipta.
- Bailey, S., & Milligan, A. (2022). *ON BRANDING : Dampak Digital Terhadap Merek*. Buhana Ilmu Populer.
- Dede, R., & Sutingkir Evi. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Ekonomi Unimed Siswa Kelas Xi Ips Sma Negeri 1 Kabanjahe Tahun Ajaran 2018/2019. *Jurnal Pendidikan /Ekonomi*, 7(1), 19–30.
<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/ekodik/article/viewFile/16442/12735>
- Eva, E., & Widya, P. R. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Masuk Calon Mahasiswa Baru Di Institut Shanti Bhuana. *UMMagelang Conference Series*, 312–325.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Issue August). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Haq, M. A. (2016). Pengaruh Prestasi Belajar, Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Self Efficacy Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Siswa IPS. *Economic Education Analysis Journal*, 5(3), 1034–1045.
- Ika Zulfa, N., Mega Heryaningstih, S., Ridho Saputra, M., & Kurnia Putri, M. (2018). Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa SMA. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 2(2), 69–74.
http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling
- Karyati. (2016). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI PADA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI AKUNTANDI FE UNY (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri Di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016)*. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *MARKETING MANAGEMENT* (15 th edit). Pearson Education.
- Manullang, I. M. (2017). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SIM CARD TELKOMSEL (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17, 51–73. <https://doi.org/10.54367/jmb.v17i1.137>
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.946>
- Murti, T. K. (2019). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 102. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.1969>
- Nurrahman, I., & Utama, R. D. H. (2016). *PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung)*. 1(1), 54–63.
- Pramudyo, A. (2012). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN SEBAGAI INTERVENING (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)*. 1(1), 1–16.
- Priyatno, D. (2012). *Belajar Ce[at Olah Data Statistik SPSS*. CV. Andi Offset.
- Pujadi, bambang. (2010). Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, Vol. 9, 59–76.
- Rahadhini, M. (2010). PERAN PUBLIC RELATIONS DALAN MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *Zitteliana*, 19(8), 159–170.
- Riduwan, & Sunarto, &. (2011). *Pengantar Statistika : Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta.
- Setiaji, K., & Rachmawati, D. (2017). Minat Melanjutkan Studi Perguruan Tinggi Siswa Smkn Kota Semarang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 52–67.

<https://doi.org/10.17977/um014v10i12017p052>

- Setyawati, K. E. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA VARIO (STUDI KASUS PADA CV KIRANA MOTORINDO JAYA)*.
- Sjamsul Bachri, A. (2019). *Pengantar Pedagogik Praktis*.
- Slameto. (2021). *BELAJAR DAN FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA*. Rineka Cipta.
- Suciningrum, N. P., & Rahayu, E. S. (2015). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Motivasi Belajar Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Pada Kelas Xi Di Sma Pusaka 1 Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 3(1), 1.
<https://doi.org/10.21009/jpeb.003.1.1>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- UNPAS, T. F. (2022). *PANDUAN PENULISAN KARYA TULIS ILMIAH (KTI) MAHASISWA*.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2015). (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- 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). *Universitas Jember*, 1(1), 7–25.
[http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/2095/Iken Mety Wulandari - 090810201079.pdf?sequence=1](http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/2095/Iken%20Mety%20Wulandari%20-%20090810201079.pdf?sequence=1)