

DAFTAR PUSTAKA

- Adepuspita, K. A., Kusdyah, I. R., & Handoko, Y. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Loyalitas, dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Memilih Sekolah pada TK Strada Indriyasana di Jakarta*. 9 Nomor 2, 1–12. <https://doi.org/https://riset.unisma.ac.id/index.php/jimmu/article/download/22336/16724>
- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.184>
- Agustina, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Tokopedia di Bandar Lampung*. <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/67554>
- 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), 424–441. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i1.1708>
- Azmar, A., & Laksamana, P. (2018). Pengaruh social media promotion dan electronic word of mouth terhadap keputusan pemilihan pada perguruan tinggi. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 123. <https://doi.org/10.56174/jrpma.v2i2.34>
- Badrutaman. (2018). Manajemen pengelolaan pembiayaan pendidikan islam nurul karomah bangkalan. *Jouirnal OF Social Community Community*, 1(3), 64–80. <https://doi.org/10.35127/kabillah.v3i1.90>
- Baharsyah, S., & Nurhasan, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di UMS. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 286–299. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.892>
- Bao, Y. K., & Mea, M. H. C. D. (2020). Reputasi Universitas, Biaya Kuliah, Fasilitas Perkuliahan dan Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Universitas Flores: Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019. *Analisis*, 20(2), 104–117. <https://doi.org/10.37478/als.v10i2.700>
- Baskara, A., & Ernasari, N. (2018). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi. *PeKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi FKIP UIR*, 6(2), 171–178. <https://journal.uir.ac.id/index.php/Peka/article/view/2987>
- Cindrakasih, N. A. (2014). *Pengaruh Faktor Identifikasi Organisasi, Reputasi, Biaya, dan Infrastruktur Terhadap Kepuasan Mahasiswa Baru Pada Perguruan Tinggi Swasta [Universitas Islam Indonesia Yogyakarta]*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/50819>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>

- Dewi, I. H. A., & Utama. (2016). *Kontribusi pencitraan (akreditasi, kualitas pelayanan dan promosi) terhadap minat kuliah di universitas slamet riyadi surakarta* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/47847>
- Fadilah, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Alat Tulis Kantor pada Toko Gramadia Ponorogo. *Electronic Theses*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/https://etheses.iainponorogo.ac.id/8477/1/SKRIPSI%20UPLOAD.pdf>
- Fakhrudin, A. (2022). Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah Penerbangan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 110–121. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i1.577>
- Fortunata, R., & Toni, N. (2020). The Influence of Service Quality, Tuition Fee and Promotion on Student Decisions to Continue Study in Postgraduate of Prima Indonesia University. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 829–837. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.910>
- Ghozali, I. (2018). *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS. 1.*
- Gunawan, H. A. (2019). Analisa Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Herbal Di Dki Jakarta. *Mabiska Journal*, 4(1), 16–22. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61949954/jurnal_perilaku_konsumen_herlambang20200131-
- 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*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.116>
- Hasan, A. (2013). Marketing & Kasus-Kasus Pilihan. *Journal Center Fo Academic*, 6(1), 16–22. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=marketing+dan+kasus+kasus+pilihan+&btnG=#d=gs_qabs&t=1731516312204&u=%23p%3DUFBk2wHF6FsJ
- Hatyanto, T., Hartinah, S., & Roberto. (2024). Pengaruh Promosi Online, Citra Perguruan Tinggi, dan Biaya Kuliah Pengaruh Promosi Online, Citra Perguruan Tinggi, dan Biaya Kuliah terhadap Keputusan Berkuliah melalui Word Of Mouth sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi.*, 16(2), 210–222. <https://doi.org/10.24905/permana.v16i2.432>
- Hidayat, H. (2021). Pengaruh Penerapan Digital Marketing dan EWOM Terhadap Minat Kuliah Melalui Brand Image Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Membangun. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 26–75. <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/14772>
- Ilman, F. R. (2023). *Pengaruh Endorsment, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Minat Pembelian Pada Truelofty Clothing di Kabupaten Lumajang.* Universitas Muhammadiyah Jember.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>

- Iskandar, J. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta]. <http://repository.stieipwija.ac.id/id/eprint/1953>
- Kamanda, S. V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Pada Institut Agama Islam ABDDULLAH SAID BATAM. *Jurnal As-Said*, 2(1), 1–6. <http://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/AS-SAID/article/view/53>
- Khofifi, N. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Pada Pelanggan Skincare MS GLOW Jember)*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Dasar-Dasar Pemasaran Principle of Marketing 7e* (Agus Widyantoro (ed.); 7th ed.). Kosasih Iskandarsyah.
- Kurniadhi, I. (2022). Citra Merek (Brand Image), Lokasi, Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menempuh Pendidikan Di Universitas Muhammadiyah Palembang. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 40–48. <https://doi.org/10.35449/jemasi.v18i1.534>
- Kustiari, N., Theresia, P., & Moh, B. (2024). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan kepuasan terhadap keputusan mahasiswa kuliah di institut teknologi dan bisnis asia malang. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 2(2), 4–6. <https://doi.org/10.32815/jiram.v2i2.68>
- Kusumayanti, K., & Novel Haniif, A. (2023). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Di Institut Agama Islam Abdullah Said Batam. *Jurnal AL-AMAL*, Vol. 2(1), 58–65. <https://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/jurnal-al-amal/article/view/173>
- Laely, N. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. *Jmm17*, 3(02). <https://doi.org/10.30996/jmm17.v3i02.802>
- Laksono, R., Gultom, J. R., & Setyawan, I. (2023). Efek e-Word Of Mouth terhadap upaya marketing dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa baru memilih perguruan tinggi. *Mediastima*, 29(1), 53. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v29i1.702>
- Masduki, Endah Prihartini, & Dudung Abdullah. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Kuliah di Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 205–219. <https://doi.org/https://theses.iainponorogo.ac.id/8477/1/SKRIPSI%20UPLOAD.pdf>
- Mowen, J. C., & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. 90(1), 16–38. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB%20II.pdf)
- Muhyiddin, F. K. (2024). *Kabupaten Jember Punya 5 Universitas Terbaik, Salah Satunya Masuk TOP 40 Besar Skala Nasional*. KLIKPENDIDIKAN.ID. <https://www.klikpendidikan.id/news/35812774592/kabupaten-jember-punya-5-universitas-terbaik-salah-satunya-masuk-top-40-besar-skala-nasional>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

- Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Novriavani, N., Winario, M., Zakir, M., & Khairi, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kampus Terhadap Kepuasan Mahasiswa Angkatan 2018-2021 Di Institut Teknologi & Bisnis Master Pekanbaru. *Journal of Islamic Economics, Management and Business*, 1(1), 29–43. <https://doi.org/10.31004/sharing.v1i1.11014>
- Nst, V. F. H. (2023). Pengaruh e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Junal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350–372. <https://ejournal.steitholabulilmi.ac.id>
- Nuzulil, A. L. (2023). *Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Memilih Pesantren Kampus Ainul Yaqin Universitas Islam Malang (Study Kasus pada Santri dan Santriwati Pesantren Kampus Ainul Yaqin Universitas Islam Malang Angkatan 2019-2022 (Vol. 13, Issue 1) [Universitas Islam Malang].* <https://repository.unisma.ac.id>
- Paludi, S. (2016). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. *Panorama Nusantara*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Pasha, N., Herwinarni, Y., & Prihadi, D. (2024). Pengaruh Event Marketing, Social Media Promotion dan E-Wom (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Mahasiswa Baru Angkatan 2023/2024 Memilih Kuliah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 136–150. <https://doi.org/10.24905/konsentrasi.v4i2.60>
- Prihatini, D. N., & Hidayati, L. L. A. H. (2019). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan transportasi. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 506–517. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/download/3311/1643>
- Purwanto, & Nizam, N. Z. (2023). Service Quality in the Distribution of Consumer Attitudes, Word of Mouth, and Private University Selection Decisions. *Journal of Distribution Science*, 21(10), 51–61. <https://doi.org/10.15722/jds.21.10.202310.51>
- Putri, karina pradyas. (2011). Analisis Pengaruh Brand Image, Biaya Pendidikan, Dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Diploma Iii Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang [Universitas Diponegoro Semarang]. In *Jurnal Administrasi Bisnis*. <http://eprints.undip.ac.id/30905/>
- Rafwani, P., & Hazmanan, K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime yang Dimediasi oleh Kepercayaan: Studi Kasus pada Masyarakat Kabupaten Sergai. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 5397–5413. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2770>
- Rakhmawati, F. (2024). Pengaruh Strategi e-WOM Terhadap Keputusan Calon Orang Tua Siswa Dalam Menentukan Sekolah Internasional Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.46975/ebp.v7i1.539>

- Raymond, R. K. (2015). When Word-Of-Mouth Goes Online : Evaluating The Characteristic And Effects Of Ewom Communication. *International Journal of Arts & Sciences*, 08(05), 499–507. <https://ssrn.com/abstract=2730979>
- Safitri. (2024). *Jember Jadi Kota Pendidikan Terbesar ke-3 di Jawa Timur, ini Daftar Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta*. Radarjember.Jawapos.Com. <https://radarjember.jawapos.com/jember/794488390/jember-jadi-kota-pendidikan-terbesar-ke-3-di-jawa-timur-ini-daftar-perguruan-tinggi-negeri-dan-swasta>
- Santi, Tomahuw, R., Hutagalung, A., & Tobing, S. H. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan sarana prasarana terhadap kepuasan mahasiswa prodi manajemen universitas utpada swastika. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 44–53.
- Santoso, M. K. (2023). *Pengaruh Lifestyle, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Ping Online Shop Purwokerto* [UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto]. <https://repository.uinsaizu.ac.id>
- Saputra, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Stiesia Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 2(1), 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5929%0Ahttp://jurnalma%0Ahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/5929/5980>
- Saputra, F. E., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Kabupaten Bantul). *Journal Competency of Business*, 2(1), 40–52. <https://doi.org/10.47200/jcob.v2i1.658>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Seehanate, K. (2017). The Marketing Factors Affecting Student's Decision of Choosing Higher Education Institution in South-Northeastern Region. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(Special Issue), 275–283. http://buscompress.com/uploads/3/4/9/8/34980536/riber_6-nrru_a17-344_275-283.pdf
- Sessa, W. L. (2015). The influence of electronic word-of-mouth on College Search and Choice. *College and University Journal*, 92(4), 2–6. https://scholarship.miami.edu/discovery/delivery/01UOML_INST:ResearchRepository/12355467190002976?l#13355487800002976
- Setiawan, A. U. (2021). *Pengaruh Harga, E-wom. dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Solo Raya)*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/95966>
- Setyowati, T. (2015). Analisis Service Quality, Promotion, Cost Study Dan Image Dampaknya Pada Minat Kuliah Di Perguruan Tinggi (Studi Pada Universitas Muhammadiyah Jember). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 182–200. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v1i2.23>
- Siahaan, P. Y., Siahaan, A. L., & N.Sirait, P. H. (2024). Pengaruh Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Memilih Kuliah Di Universitas

- HKBP Nommensen Pematangsiantar. *Jurnal Sains Student Research*, 2(3), 165–172.
- Sintia, E., Faroh, W. N., Pamulang, U., Selatan, T., Pamulang, U., & Selatan, T. (2024). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di kopi kenangan cabang ruko cilandak kko jakarta selatan*. 2(4), 3159–3169. <http://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/article/view/1320>
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian* (28th ed.). ALFABETA.CV.
- Suliantoro, H. (2012). Adopsi Tekonologi E-Procurement Pada Sektor Publik: Sebuah Pengembangan Model Teoritik Melalui Pendekatan Nilai Sosial, Personal dan Organisasi. *Jurnal Administrasi Publik*, 2(1), 15–20. https://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/50203
- Suriانشa, R., & Asrianto. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Memilih Program UNIPREP Bumi Serprong Damai Di Tangerang Selatan. *Journal of Economics & Business UniSadhuGuna Business School*, 10(1), 1–23. <https://jurnal.ubs-usg.ac.id/index.php/joeb/article/download/58/864>
- Suryani, A. N. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Manajemen Di Stie Rahmadiyah Sekayu (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2013/2014). *Jurnal Manajemen Kompeten*, 1(1), 71. <https://doi.org/10.51877/mnjm.v1i1.21>
- Syaifulloh, M., Wahana, A. N. P. D., & Riono, S. B. (2020). Imbas Biaya Pendidikan Terhadap Minat Studi Lanjut di Perguruan Tinggi Kabupaten Brebes. *Jurnal SytaxIdea*, 2(4).
- Syifa, N., Savira, Supartono, & Satpatmantlya B.R, K. (2023). Pengaruh Promotional Mix, Atmosphere, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Kuliah. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 1–13.
- Tasriastuti, N. A., Harminingtyas, R., & Widowati, M. (2024). the Influence of Price, Electronic Word of Mouth (E-Wom), and Brand Image on Purchasing Decisions in Shopee E-Commerce Platform. *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 19(1), 111–118. <https://doi.org/10.34152/fe.19.1.111-118>
- Thoumrungroje, A. (2014). The Influence of Social Media Intensity and EWOM on Conspicuous Consumption. *Thoumrungroje, Amonat*, 148(November 2012), 7–15. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.009>
- Virgiawan, D. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Brand Image Lembaga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Memilih Universitas Prof. Dr. Hazairin, S.H Sebagai Tempat Kuliah*. 5(1), 168–178. <https://www.jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/download/194/152>
- Wanda, A. T., Sulton, M., Mesra, S. A., & Sutikno. (2021). Pengaruh Brand Equity, Service Quality Dan Cost Study Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta (Studi Pada Universitas Muhammadiyah *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 38(2), 1–13. <http://eprints.ahmaddahlan.ac.id/id/eprint/37/>
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 19(1), 12–26. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>

- Warnadi, & Agustedi. (2023). University ' s Image Moderates The Influence Of Location And Word Of Mouth Marketing On The (Studies at University Management Study Program at LLDIKTI Region X in Riau Province). *Journal International Conference On Bussiness & Socisl Sciences*, 3(1), 299–308. <https://ojsicobuss.stiesia.ac.id/index.php/icobuss1st/article/download/375/324>
- Widiawati. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth(E-WOM) Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow Di Tanjungpinang [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang]. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* (Vol. 5, Issue 3). <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i3.448>
- Wulandari, S. E., Fauzi, A., & Lubis, A. N. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Politeknik Lp3I Medan Kampus Medan Baru. *Jurnal Manajemen Review*, 3(3). <https://doi.org/10.34001/jdeb.v16i2.971>
- Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>