

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. H., & Wasiuzzaman, S. (2014). University quality and emotional attachment of undergraduate student in a private higher education in Malaysia. *Emeraldinsight*, 2, No. 7, 644 - 665.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Desy, E. (2016). Pengaruh Brand Image, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pancabudi. *Jurnal Ilmiah "DUNIA ILMU"*, Vol. 2, No. 1, 25 - 31.
- Ferdiansyah. (2005). Analisis pengaruh citra merek, lokasi dan promosi terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan MTs di KKM MTsN Pamulang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen ISSN 2356*, 21 - 39.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen. Cetakan pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2011). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L. (2012). *Enam Puluh Tahun YPI Al-Azhar*. Jakarta: Sinar media abadi.
- Johnson, B., & Larry, C. (2000). *Educational Research Quantitative and Qualitative Approaches*. USA: Allyn and Bacon.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran (13th ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mohammad, A. A., Abu, Z. R., & Sarker, R. A. (2015). Determinants of quality education in private universities from student perspectives a case study in bangladesh. *Emeraldinsight*, Vol. 24, No. 1, 123 - 138.
- Nisfiannoor, M. (2009). *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Prige, I., Matadorf, F., awd, L. S., & Rgahi, H. (2003). The impact of facilities on student choice of university. *Emeraldinsight*, Vol. 21. No.10. 212 - 222.
- 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. Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

- Rangkuti, F. (2009). *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, J. (2006). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis I (3th ed)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Method for Business A Skill Building Approach (5th Edition)*. UK: John Wiley & Son.
- Shah, M., Nair, C. S., & Bannett, L. (2013). Factors influencing student choice to study at private higher education institutions. *Emeraldinsight*, Vol. 21, No.4, 402 - 416.
- Sugiono. (2010). *Statistik untuk Peneliti*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2007). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistic 5th Edition*. Boston: Allyn & Bacon/Pearson Education.
- Thi, M. N., & Thorpe, A. (2014). What factors influence Vietnamese students choice of university. *Emeraldinsight*, Vol. 29, No. 5, 666 - 681.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- 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)*. Manajemen. Fakultas Ekonomi: Universitas Jember.
- Yulianti, T., Suryana, A., & Zein, D. (2012). Hubungan antara brand image dengan keputusan memilih universitas komputer Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, Vol. 1, No. 1, 1 - 16.