

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwinata, I., & Sutanto, E. M. (2014). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Cv. Intaf Lumajang. *Agora*, 2(1), 1–2.
- Ahmad, E. F., & Aliyudin, R. S. (2020). Pengaruh Implementasi Big Data Terhadap Audit di Lembaga Pemerintah (Studi Pada Kantor Inspektorat Kabupaten Majalengka). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(5), 68. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i5.1141>
- Aliami, S., & Hakimah, E. N. (2020). Bauran Pemasaran Jasa, Citra, dan Kepuasan Mahasiswa: Sebuah Kajian Perguruan Tinggi Swasta di Kediri. *Efektor*, 7(2), 98–108. <https://doi.org/10.29407/e.v7i2.14473>
- Alifuddin, M. (2021). *Muhammadiyah Sebagai Gerakan Pendidikan : Sejarah Eksistensi Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Sulawesi Tenggara Pendidikan dan Muhammadiyah adalah dua hal yang merekat rapat , berjalan berkelindan , seiring melintasi lorong zaman dari segala giat warga Mu*. 14(1), 53–74.
- Alpian. (2019). Pentingnya Pendidikan Bagi Manusia. *Carbohydrate Polymers*, 1(1), 5–10.
- Anggapraja, I. T. (2016). Pengaruh Penerapan Knowledge Management dan Pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Karyawan PT Telkom Tbk. (Studi Explanatory Survey pada Karyawan Unit Human Capital Management PT Telkom Tbk.). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(1), 140–146. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.1.15>
- Athoillah, M. (2021). 2020 - J Adimas STKIP Tulungagung - Pelatihan Analisa Statistika Deskriptif Data Kependudukan. July 2020. <https://doi.org/10.29100/j-adimas.v8i1.1614>
- Bunyamin. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV. Literasi Nusantara Abadi. <https://books.google.co.id/books?id=ybZQEAAAQBAJ&lpg=PR1&ots=baKS58v5VC&dq=manajemen pemasaran adalah&lr&hl=id&pg=PA15#v=onepage&q=manajemen pemasaran adalah&f=false>
- Cermati. (2022). 26 Universitas Terbaik di Dunia. Wwww.Cermati.Com. <https://www.cermati.com/artikel/25-universitas-terbaik-di-dunia>
- Chaebar, H. (2020). *Universitas Muhammadiyah Jambi (UM Jambi)*. Tribun News Wiki. Com. <https://www.tribunnewswiki.com/2020/11/25/universitas-muhammadiyah-jambi-um-jambi>
- Fabiana Meijon Fadul. (2014). *Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Pembentukan Image dan Keputusan Memilih PTAIN (Kajian di UIN Jawa Timur)*. 12710050.
- Fendya, W. T., & Wibawa, S. C. (2018). Pengembangan Sistem Kuesioner Daring Dengan Metode Weight Product Untuk Mengetahui Kepuasan Pendidikan Komputer Pada Lpk Cyber Computer. *It-Edu*, 3(01), 48. https://kebudayaan.denpasarkota.go.id/uploads/download/download_193006110602_E-Book.pdf
- Gazali, S. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani Balikpapan. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 1(3), 83–95.

[http://ejamm.stiemadani.ac.id/FILE/20171115071434Jurnal 6 online baru.pdf](http://ejamm.stiemadani.ac.id/FILE/20171115071434Jurnal%206%20online%20baru.pdf)

- Hadi, D. L., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Service Marketing Mix (Bauran Pemasaran Jasa) Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Peserta Lembaga Kursus dan Pelatihan Royal English TOEFL & TOEIC Center Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol, 24(1Juli2015), 1–8.
- Hafizh, M. A., Luh, N., & Hariastuti, P. (2021). Pengaruh Quality of Work Life dan Burnout terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus : CV. XYZ). *Prosiding SENASTITAN: Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan*, 1(1), 89. <https://ejurnal.itats.ac.id/senastitan/article/view/1653>
- Hamdi, M. M. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Pondok Pesantren. *JIEM: Jurnal of Islamic Education and Manajemen*, 2(1), 15–30.
- Husada, A. P., & Yuhan, R. J. (2022). Direct dan Indirect Effect: Determinan Upah Minimum Kabupaten/Kota di Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 22(1), 98–116. <https://doi.org/10.21002/jepi.2022.06>
- Kompas. (2022). *Daftar 100 Perguruan Tinggi Terbaik di Indonesia Versi UniRank 2022*. [Www.Kompas.Com. https://www.kompas.com/tren/read/2022/08/15/060000065/daftar-100-perguruan-tinggi-terbaik-di-indonesia-versi-unirank-2022](https://www.kompas.com/tren/read/2022/08/15/060000065/daftar-100-perguruan-tinggi-terbaik-di-indonesia-versi-unirank-2022)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Penerbit Erlangga.
- Kurniawati, D. (2013). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. *Widya Warta: Jurnal Ilmiah Universitas Katolik Widya Mandala Madiun*, 01, 65–80.
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Lukman, M. (2022). *TOP 10 Universitas Terbaik di Jambi Terbaru*. [Sarjanatua.Com. https://sarjanatua.com/universitas-terbaik-di-jambi/](https://sarjanatua.com/universitas-terbaik-di-jambi/)
- Mamahit, B. B. V, Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. J. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Cv. Caritas Dei Nobiscum Untuk Meningkatkan Daya Saing Analysis of Service Marketing Strategy Cv. Caritas Dei Nobiscum To Increase Competitiveness. *892 Jurnal EMBA*, 9(3), 892–901.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Mujianto, H. (2019). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Dalam Meningkatkan Minat Dan Motivasi Belajar. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 5(1), 135–159. www.journal.uniga.ac.id/135
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

- Ningratri, Y. A. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3P) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIM SUKMA Medan. *Riset & E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 3(1), 50–56.
- Nugraha, M. R. (2008). *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan*.
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–13.
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(1), 21–24.
- Prasetyaningrum, I. D. (2016). Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Citra Universitas (Studi Kasus Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank (Sendi_U)*, 2, 666–680.
- Pratiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh Kemasan dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(1), 23–32.
- Purnomo, A. (2018). Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Merek Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Kosmetik Lipstik Wardah Pada Mahasiswi Universitas BAndar Lampung. *Bitkom Research*, 11(2), 1–3. http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdf%0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf%0Ahttps://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607-Bitkom
- Rahayu, L. P., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Belanja Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 538–544. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1279>
- Ramadhan, M. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 153. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3733>
- Salsabilla Beu, N., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada Umkm Toko 48 Pasar Bersehati Manado. *Emba*, 9(3), 1530–1538.
- Setyawati, A. (2020). *Universitas Batanghari Sejak Diresmikan 1 November 1985, Begini Sejarah Singkat Kampus UNBARI*. Tribun Jambi. Com. <https://jambi.tribunnews.com/2020/03/20/universitas-batanghari-sejak-diresmikan-1-november-1985-begini-sejarah-singkat-kampus-unbari>
- Simanjuntak, O. D. P. (2016). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Keperawatan Dan Kebidanan Di *Jurnal Mutiara Akuntansi*, 1(1), 1–7. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JMA/article/view/183>
- Stekom. (n.d.). *Universitas Adiwangsa Jambi*. P2k.Stekom.Ac.Id.

https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Universitas_Adiwangsa_Jambi

- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. UNJ PRESS.
https://books.google.co.id/books?id=FuUKEAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=ny_j9O2qeU&dq=teknik sampling probability dan nonprobability&lr&hl=id&pg=PA28#v=onepage&q=teknik sampling probability dan nonprobability&f=false
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 32(1), 25–41.
<http://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/3194>
- Syamsuddinnor, S. (2021). Analisis Pengaruh Marketing Mix dan Citra Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa STIMI Banjarmasin. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 178–185. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i3.310>
- Tangkilisan, G., Oroh, G. S., & Soegoto, A. S. (2014). Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa. *Emba*, 2(4), 269–277.
- Triyoga, A. (2015). Analisis Pengaru Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIKES RS Baptis Kediri. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 4(3), 248–253.
- Ulfa, R. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215.
<https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- UNH. (2022). *Sejarah Kampus*. Unh.Ac.Id. <https://unh.ac.id/?p=1>
- Verriana, R. I., & Anshori, M. Y. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pada Mahasiswa Universitas Nu Surabaya. *Accounting and Management Journal*, 1(1), 63–79. <https://doi.org/10.33086/amj.v1i1.73>
- Veza, O., Arifin, nofri yudi, & Setyabudhi, albertus laurensius. (2021). Perpindahan merek produk akibat ketidakpuasan konsumen dalam pemilihan laptop di kota batam. *Economic and Business Management International Journal*, 3(1), 1–8.
- Wakhyuni, E., & Andika, R. (2019). Analisis kemampuan, komunikasi dan konflik kerja terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Mitha Sarana Niaga. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 271–278.
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90.
<http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>
- Wikipedia. (2022a). *Universitas Dinamika Bangsa*. Id.Wikipedia.Org.
https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Dinamika_Bangsa
- Wikipedia. (2022b). *Universitas Nurdin Hamzah*. Wikipedia.or.Id.
https://wikipedia.or.id/wiki/Universitas_Nurdin_Hamzah
- Zebuah, A. J. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 61–68.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>