

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PRODI
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

MUHAMMAD SALIM FIRMANTO

20181221164

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2023

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PRODI
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURABAYA**

Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen



Oleh:

MUHAMMAD SALIM FIRMANTO

20181221164

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2023

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Salim Firmanto
NIM : 20181221164
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Salim Firmanto

(Muhammad Salim Firmanto)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURABAYA**

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD SALIM FIRMANTO
NIM : 20181221164

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tandatangan

Tanggal

1. Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM.



19-9-23

2. Phonny Aditiawan Mulyana, SE., MM.



16/9/2023

Mengetahui,

Dekan,

Ketua

Program Studi,


Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM


Rina Maresasari, SM, M.SM.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**Nama : MUHAMMAD SALIM FIRMANTO
NIM : 20181221164**

**Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari/Tanggal : Senin / 24 Juli 2023
Pukul : 08.00 WIB sampai dengan 09.30 WIB**

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji

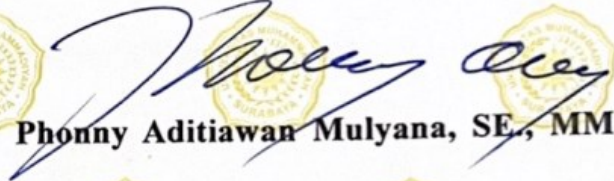
Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM.

Anggota I



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

Anggota II



Phonyy Aditiawan Mulyana, SE., MM.

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Ketua



Rina Mardasari, SM., M.SM.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, sholawat serta salam semoga tetap melimpah ruah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Karena berkat rahmat dan karunia dari Allah SWT, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya”.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mohon izin untuk menyampaikan ucapan terimakasih terutama kepada :

1. Bapak Dr. dr.Sukadiono, MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya
2. Bapak Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya
3. Ibu Rina Maretasari, SM., M.SM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya
4. Ibu Marista Oktaviani, SE., MM., selaku dosen wali yang sudah membantu dalam hal akademik dan KRS serta memberikan arahan selama perkuliahan berlangsung
5. Bapak Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memperlancar selama bimbingan skripsi serta memberikan petunjuk dalam pengerjaan skripsi ini dengan baik. Semoga beliau

diberikan kesehatan, rahmat serta keberkahan umur panjang oleh Allah SWT

6. Bapak Phonny Aditiawan Mulyana, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan petunjuk serta bimbingan untuk pengerjaan pada skripsi ini dengan baik. Semoga beliau diberikan kesehatan, rahmat serta keberkahan umur panjang oleh Allah SWT
7. Segenap Bapak/Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada peneliti
8. Kedua orang tua yang telah memberikan segalanya mulai dari sebelum lahir hingga menyekolahkan sampai jenjang Diploma serta selalu mendukung untuk melanjutkan studi pada jenjang Sarjana hingga saat ini
9. Muhammad Arifin sebagai bagian Administrasi Program Studi Manajemen yang telah membantu peneliti memberikan akses untuk data yang dibutuhkan dalam penelitian skripsi ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan lancar
10. Atika Choirun Nisa sebagai pasangan yang selalu mendukung dan membantu saya disaat susah dan senang. Terima kasih telah bekerjasama dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik
11. Sahabat serta teman-teman yang sudah menyemangati dan memberikan dukungan untuk saya supaya cepat lulus

Peneliti juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini baik susunan maupun isinya masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan

dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Pada kesempatan ini, peneliti mengharapkan adanya saran maupun kritik dari berbagai pihak yang sifatnya membangun demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini. Besar harapan, semoga skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi teman-teman mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan masyarakat pada umumnya. Akhir kata peneliti meminta maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan yang dibuat.

Surabaya, 28 Juli 2023



Muhammad Salim Firmanto

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	11
1. Pemasaran	11
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
3. Perilaku Konsumen	18
4. Citra Merek	24
5. Kualitas Pelayanan.....	37
6. Keputusan Pembelian Konsumen	40
B. Temuan Terdahulu	55
C. Kerangka Berpikir/Konsep dan Model Analisis	59

1. Kerangka Berpikir.....	59
2. Model Analisis	60
3. Hubungan Antar Variabel.....	61
D. Hipotesis	62
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	64
B. Definisi Operasional Variabel.....	65
C. Populasi dan Teknik Sampling	69
1. Populasi.....	69
2. Sampel.....	70
3. Teknik Sampling.....	71
D. Objek/lokasi dan waktu Penelitian.....	72
E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	72
F. Teknik Mengolah Data.....	75
1. Uji Instrumen	75
2. Uji Asumsi Klasik.....	78
3. Analisis Data.....	82
4. Uji Hipotesis.....	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	85
1. Profil Universitas Muhammadiyah Surabaya	85
2. Profil Program Studi Manajemen.....	90
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	92
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	92
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	95
3. Uji Instrumen	100
4. Uji Asumsi Klasik.....	103
5. Analisis Regresi Linier Berganda	108
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	110
C. Hasil Uji Hipotesis.....	111
1. Uji t.....	111

2. Uji F	113
D. Pembahasan	115
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Memilih	115
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih	119
3. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Memilih.....	123
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	125
B. Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rincian Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya Angkatan 2019-2022	69
Tabel 3.2 Rincian Jumlah Sampel yang diambil	71
Tabel 3.3 Opsional Jawaban Responden	73
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Citra Merek (X1).....	96
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Pengkategorian Variabel Citra Merek (X1)	96
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	97
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pengkategorian Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	98
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Keputusan Memilih (Y)	99
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Pengkategorian Variabel Keputusan Memilih (Y)	99
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	101
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	103
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	105
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	107
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	109
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	110
Tabel 4.13 Hasil Uji t	112
Tabel 4.14 Hasil Uji F	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rincian Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya Angkatan 2019-2022.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	59
Gambar 2.2 Model Analisis	60
Gambar 4.1 Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
Gambar 4.2 Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	94
Gambar 4.3 Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia ..	95
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas PP Plot.....	104
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot).....	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian	134
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	139
Lampiran 3. Tabulasi Identitas Responden	144
Lampiran 4. Tabulasi Data	147
Lampiran 5. Hasil Pengolahan SPSS	151
Lampiran 6. SK Dosen Pembimbing.....	163
Lampiran 7. Surat Izin Penelitian.....	164
Lampiran 8. Surat Bimbingan Skripsi.....	165
Lampiran 9. Surat Keterangan Bukti Plagiasi.....	166
Lampiran 10. Endorsement Letter.....	167
Lampiran 11. Lembar Persetujuan Revisi	168

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Sleman : Aswaja Pressindo.
- Alpian, Y., Anggraeni, S.W., Wiharti, U., & Soleha, N.M. (2019). Pentingnya Pendidikan Bagi Manusia. *Jurnal Buana Pengabdian*, 1(1), 66-72.
- Ashari, I., & Firmansyah, M. A. (2021). Storytelling dan Electronic Word Of Mouth Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Sego Njamoer di Surabaya). *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 33-38.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basu, S., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Biel, A.L. (2013). *Brand Equity and Advertising (Advertising's Role in Building Strong Brands)*. New York : Psychology Press.
- Boediono. (2011). *Ekonomi Makro*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Boush & Jones. (2006). *Creating Images and the Psychology of Marketing Communication*. New Jersey: LEA.
- Dirgantari, P.D. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa serta Dampaknya Terhadap Upaya Peningkatan Citra Perguruan Tinggi Negeri Menuju *World Class University* (Studi pada Mahasiswa Asing di ITB, UNPAD, dan UPI). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 3(2).
- Engel, F.J., Roger D., Blackwell, & Miniard, P.W. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (2023). Profil Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen. Layanan Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, Surabaya.
- Firmansyah, M.A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Deepublish.
- Firmansyah, M.A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Cetakan Pertama. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M.A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Cetakan Pertama. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media.

- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Kelima. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafni, L., Chandra, S., & Chandra, T. (2019). Model Peningkatan Kualitas Pelayanan pada Perguruan Tinggi di Riau. *Ekuitas : Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(4), 425-463.
- Harahap, D.A., Hurriyati, R., Gaffar, V., & Amanah, D. (2018). The Impact of Word of Mouth and University Reputation on Student Decision to Study at University. *Management Science Letters*, 8, 649-658.
- Harahap, D.A., Amanah, D., Gunarto, M., Purwanto, & Umam, K. (2020). Pentingnya Citra Universitas dalam Memilih Studi di Perguruan Tinggi. *Niagawan*, 9(3).
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Pustaka Ilmu.
- Ibrahim, A., dkk. (2018). *Metodologi Penelitian*. Cetakan Pertama. Makassar : Gunadarma Ilmu.
- Irwansyah, R., dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Kenneth, C.E., & Donald, B. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Sixth Edition, Global Edition. New York City: Pearson.
- Kurniadhi, I. (2022). Pengaruh 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).
- Kuswardani & Rusdianti, E. (2010). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Membeli Jasa Pendidikan Tinggi di Universitas Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 12(1), 38-51.

- Lestari, J.S., Farida, U., & Chamidah, S. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 38-55.
- Lopez, F.F. (2015). "Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Studi Mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Surabaya.
- Malik, A., & Chusni, M. (2018). *Pengantar Statistika Pendidikan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Deepublish.
- Murti, T.K. (2019). Pengaruh *Brand Image*, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 7(2).
- Murtiningsih, D., & Hendrawan, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih Berkuliah. *Jurnal Ekobistek*, 11(2), 60-64.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli)*. Cetakan Kedua (Edisi Revisi). Jakarta : Atalya Rileni Sudeco.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Semarang : Ef Press Digimedia.
- Nugraha, J.P., dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Pekalongan : PT. Nasya Expanding Management.
- Nuryadi dkk. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Sibuku Media.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2019). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Pertiwi, D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Deepublish.
- Pratama, S.A., & Permatasari, R.I. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor PT. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(1).
- Priadana, M.S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Tangerang Selatan : Pascal Books.

- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Cetakan Pertama. Banjarmasin: Antasari Press.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Makassar : Alauddin University Press.
- Saleh, M.Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Makassar : CV. Sah Media.
- Schiffman, L.G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior*. 11th Edition. Harlow : Pearson Education Limited.
- Setiawan, D.G. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelompok Referensi, Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Pada Program Studi Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Jurnal Simki-Economic*, 2(3).
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Sufyandi, S., Firmansyah, M. A., & Rosmaniar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Konsumen Serambi Dana Koperasi Di Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2).
- Simonson, A., & Schmitt, B.H. (2009). *Marketing Aesthetics: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*. New York : Free Press.
- Suardi. (2019). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada PT Bank Mandiri, Tbk Kantor Cabang Pontianak. *JBEE : Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 1(2).
- Sudibia, I.K. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja Wanita Sebagai Pengepul Squin Secara Putting Out*. Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, W., & Astuti, C.C. (2017). *Buku Ajar Statistika Dasar*. Cetakan Pertama. Sidoarjo : Umsida Press.
- Supardin, Indawati, N., & Walipah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Biaya Pendidikan dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Memilih Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 4(2).
- Suriyani, K.W. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Akuntansi Program S1 di Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(2).

- Syafitri, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Biaya, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Teni & Yudianto, A. (2021). Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas VII SMP Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(1).
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tkalac, A., & Ver, D. (2007). Reputation as Matching Identities and Images : Extending Davies and Chun's (2002) Research on Gaps between the Internal and External Perceptions of the Corporate Brand. *Journal of Marketing Communications*, 13(4), 277-290.
- Undang-Undang. (2003). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional. Jakarta.
- Wardhana, A., dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Cetakan Pertama. Bandung : CV. Media Sains Indonesia.
- Widana, W., & Muliani, P.L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Cetakan Pertama. Lumajang : Klik Media.
- Wijaya, B.S. (2013). Dimensions of Brand Image : A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication. *European Journal of Business and Management*, 5(31).
- Winarno, M.E. (2013). *Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*. Cetakan Kedua. Malang : UM Press.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Deepublish.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17-23.
- Zamzam, F., & Marnisah, L. (2021). *Model Penulisan Tesis Manajemen Kuantitatif Berbasis Analisis dan Implikasi Manajerial*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Deepublish.