

DAFTAR PUSTAKA

- [1] JP, Slamet, "Peta Tematik ASEAN Negara-Negara ASEAN," Kompaspedia, 5 Agustus 2020. [Online]. Available: <https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/peta-tematik/negara-negara-asean>. [Diakses 16 April 2021].
- [2] gurupendidikan, "Pengertian Pendidikan," 7 Februari 2021. [Online]. Available: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-pendidikan/>. [Diakses 16 April 2021].
- [3] Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi, "Statistik Pendidikan Tinggi 2019," Available: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/asset/data/publikasi/Statistik%20Pendidikan%20Tinggi%20Indonesia%202019.pdf>
- [4] LLDIKTI III, Available: <https://lldikti3.kemdikbud.go.id/v6/link-pts/>
- [5] K. K. P. dan K. L. , Manajemen Pemasaran, 13 penyunt., Jakarta: Erlangga, 2009.
- [6] M. Anang Firmansyah. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy), Surabaya: Qiara Media, 2019.
- [7] Bilson, Simamora. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi Pertama, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003
- [8] Rosalina, "Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan serta Pengukurannya." Jurnal Bisnis dan Manajemen, vol. 6 no. 3, 2010.
- [9] Kahle, Lynn R dan Chung Hyun Kim, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2006.
- [10] Aaker, David A. dan Alexander L. Biel, Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand, Lawrence Erlbaum Associates, Inc: Hillsdale, 2009.

- [11] K. Hermawan, Seri 9 Elemen Marketing On Marketing Mix, Bandung: Mizan Pustaka, 2007.
- [12] Silaningsih, E. dan Utami, P, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan,” Jurnal Sosial Humaniora, vol. 9, pp. 144-158, 2018.
- [13] T. Fandy, Strategi Pemasaran, Edisi kedua, Yogyakarta: Andi, 2007.
- [14] K. Philip, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, Jakarta: PT Prenhallindo, 2002.
- [15] T. Fandy, Strategi Pemasaran, Cetakan Ketiga, Yogyakarta: Andi, 1999.
- [16] M. Tengku Firli, Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran, Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- [17] T. Fandy, Strategi Pemasaran, Edisi ketujuh, Yogyakarta : Andi, 2010.
- [18] T. Fandy, Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008.
- [19] Kotler, Keller, Marketing Management, 14th, Person Education, 2012.
- [20] T. Fandy, Strategi Pemasaran, Yogyakarta : Andi, 2002.
- [21] P.J.P dan O.J.C, P erilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi 9, Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- [22] S. B, Dharmesta dan Irawan, Menejemen Pemasaran Modern, Yogyakarta: Liberty, 2008
- [23] Kotler, Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2000.
- [24] A. Shinta, Manajemen Pemasaran, Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011

- [25] Slameto, Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.
- [26] Djamarah, Syaiful Bahri, Psikologi Belajar, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2008.
- [27] Agus M. H, Kiat Sukses Studi di Perguruan Tinggi, Yogyakarta: Kanisius, 1994.
- [28] Makmum Khairani, Psikologi Belajar, Yogyakarta: Aswaja, 2013.
- [29] Muhibbin Syah, Psikologi Pendidikan, Bandung: Remadja Rosda Karya, 1995.
- [30] Dr. Waluyo, Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos dalam Aplikasi SEM, Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur, 2016.
- [31] W. B. B. B. d. R. A. Hair, Multivariate Data Analysis, 2010.
- [32] Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, Jakarta: ALFABETA, 2010.
- [33] M. A. d. W. L. Djuniadi, Statistik Inferensial, Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2016.

