

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Onny Siagian and Yoyok Cahyono, “Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif,” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS3*, no. 1 (2021): 206–217.
- Amini, T. H., & Salahuddin, M. (2023). Visibility, Attraction, and Typical Person Instagram Endoreser dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal Pada Generasi Z di Lombok Timur (Shariah Marketing Analysis). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 126-134.
- Aprilian, M. (2023). Pengaruh Tingkat *Social Influence* Terhadap Persepsi Siswa Pada Penggunaan Layanan *Mobile Payment* (Survei Terhadap Siswa Kelas XI IPS di SMAN 1 Parigi): Doctoral Dissertation, FKIP UNPAS).
- Astuti, W. (2022). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Peserta Didik Melanjutkan Pendidikan di Perguruan Tinggi (Penelitian pada peserta didik kelas XI Ips SMA PGRI 1 Bandung): Doctoral Dissertation, FKIP UNPAS.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing* (Sobirin, Ed.; 1st ed.). Celebes Media Perkasa.
- Damayanti, S., & Fathihani, F. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech)(Studi Kasus Pada Generasi Milenial Mahasiswa Universitas Dian Nusantara). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(6), 1014-1023.
- Darojat, I. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citra Raya Water World). *Dynamic Management Journal*, 5(1), 23-37.
- Endang Rahim and Roni Mohamad, “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah,” *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)*2, no. 1 (2021): 15–26.
- Fajar, M. R., Suhud, U., & Febrilia, I. (2023). Analisis Variabel-Variabel Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pameran Sepatu Jakarta

- Sneakers Day. SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi, 1(5), 1249-1270.
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy) (Issue August). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2021). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris(3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gonzalez, C. (2023). Building Human-Like Artificial Agents: A General Cognitive Algorithm for Emulating Human Decision-Making in Dynamic Environments. Perspectives on Psychological Science, 17456916231196766.
- Gunarto, M., & Cahyawati, D. (2022). Analysis of Alumni Loyalty in Private Universities Using the SEM-PLS Model Approach. Jurnal Organisasi Dan Manajemen, 18(1), 46–59. <https://doi.org/10.33830/jom.v18i1.1311.2022>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)(3rd ed.). SAGE.
- Harry, H., & Widhi, A, B. (2024) Pengaruh digital marketing terhadap keputusan mahasiswa memilih universitas logistik dan bisnis internasional dengan brand awareness sebagai variabel mediasi. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen Ekonomi dan Akuntansi) Vol.8, No.1.
- Hasanah, R., & Maryam, S. (2024). Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Intensi Pembelian Produk Kecantikan Emina. Jurnal Publikasi Manajemen Informatika (JUPUMI), 3(1).
- Hayati, Rina. 2020. Pengertian kerangka berpikir menurut para ahli. <https://penelitianilmiah.com/pengertian-kerangka-berpikir-menurut-paraahli/>
- Hermawan, M., Sandroto, I. V., & Maharsayani, D. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih program studi teknik industri. Journal Industrial Servicess, 8(1), 93-98.

- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ecoprint. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 147-152.
- Iqbal, H (2024). Pengaruh Brand Image Dan Promotion Terhadap Keputusan Mahasiswa Baru Memilih Universitas Dehasen Sebagai Tempat Kuliah. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)* e-ISSN 2721-5415, Volume 5, Nomor 2.
- Juliana, & Johan. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan memilih universitas dengan brand trust sebagai variabel intervening. *Journal of Business and Banking*.
- Kurniawan, A. A., & Subhi, F. A. (Desember 2021 r.). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Menggunakan, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan Go Payment. *FokBis: Fokus Bisnis*, 20(2), 144-153.
- Lipursari, A. (2019). Peran Sistem Informasi Manajemen (Sim) Dalam Pengambilan Keputusan. *Jurnal Stie Semarang*, 53(9), 1689–1699. <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/154/125>
- Menik Aryani, Analisis digital marketing pada hotel kila di kabupaten lombok barat terhadap kepuasan konsumen, *Jurnal Visionary (VIS)* Volume 6 Nomor 1, April, h., 26
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.946>
- Mukminin, A., Habibi, A., Muhaimin, M., & Prasojo, L. D. (2020). Exploring the drivers predicting behavioral intention to use m-learning management system: Partial least square structural equation model. *IEEE Access*, 8, 181356-181365.
- Murti, T. K. (2019). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 102. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.1969>

- Paputungan, F., Abd Rahman, K., & Jassin, I. B. (2023). The Impact of Brand Image on Customer Loyalty in Private Universities. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 111-118.
- Prihartini, E., & Abdullah, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Kuliah Di Perguruan Tinggi Swasta. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 205-219.
- PUTRI, A. A. Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow.
- Rachman, P. S., & Kusdibyo, L. (2022, August). Persepsi konsumen Indonesia terhadap minat beli makanan organik pada industri catering diet sehat. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 13, No. 01, pp. 1045-1051).
- Riadi, Muchlisin. (2022, Februari 19). Sistem Pendukung Keputusan. Diakses dari <https://www.kajuanpustaka.com/2022/02/sistem-pendukung-keputusanspk.html?m=1>
- Rustiana, (2022), Persepsi Digital Dependent terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Dampak Sosial Ekonominya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, volume 15, nomor 1.
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023.
- Setyowati, R., Prabowo, W., & Yusuf, M. (2019). Pengambilan Keputusan Menentukan Jurusan Kuliah Ditinjau Dari Student Self Efficacy Dan Persepsi Terhadap Harapan Orang Tua. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling: Jurnal Kajian Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*, 5(1), 42–48. <https://doi.org/10.26858/jppk.v5i1.7460>
- Sri Eka Wulandari, Amrin Fauzi, dan Arlina Nurbaity Lubis. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Politeknik LP2I Medan Kampus Medan Baru. *Journal of Management Review*. VI 4, no.1.

- Sugiyono, 2022. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta Bandung.
- Tika, M. A. & Sri, E. (2020) Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Dan Social influencer Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Mahasiswa universitas Muhammadiyah Bengkulu. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)E-Issn 2723-424x. Volume 1, Nomor 2.
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. Al-Fathonah, 1(1), 342-351.
- Ulfithroh, N. (2023). Strategi Pemasaran dan Harga dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor Ac di CV. Fassa Group Bandung. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(1), 2016-2023.
- Vahdat, A., Alizadeh, A., Quach, S., & Hame-lin, N. (2020). Would You Like toShop Via Mobile App Technology? The Tech-nology Acceptance Model, Social Fac-tors andPurchase Intention.Australian Marketing Journal (AMJ),pp. 1-10. DOI: 10.1016/j.ausmj.2020.01.002.
- Vargo, S. L., Koskela-huotari, K., & Vink, J. (2020). Service-Dominant Logic : Foundations and Applications (Issue April).