

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, B. J. (2021). Assessing (The impact) of advertisement on customer decision making: Evidence from an educational institution. *Ali, BJ (2021). Assessing (The impact) of advertisement on customer decision making: Evidence from an educational institution. Afak for Science Journal, 6(01), 267-280.*
- Apriliana, N. S., & Utomo, E. P. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Jurnal Komunikasi, 13(2), 179-190.*
- Danang, S. (2009). Analisis Regresi dan Uji Hipotesis. *Yogyakarta: Medpress.*
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII.
- Harahap, D. A., Amanah, D., Gunarto, M., Purwanto, P., & Umam, K. (2020). Pentingnya citra universitas dalam memilih studi di perguruan tinggi. *Niagawan, 9(3), 191-196.*
- Hardani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. *Yogyakarta: Pustaka Ilmu.*
- <https://kalsel.kemenag.go.id/berita/523584/44-Peserta-Didik-MAN-2-Model-Lulus-SPAN-PTKIN-2019> diakses pada tanggal 29 Oktober 2021.
- Nwokoro, C. I., & Igboeli, D. C. C. Stereotyping Of Female Adolescents In Avila Naturalle Advertisement On Instagram: The Perception Of Chukwuemeka Odumegwu Ojukwu University Female Students In Perspective.
- <https://kalsel.kemenag.go.id/berita/535126/Tiga-Puluh-Siswa-MAN-2-Banjarmasin-Lulus-SNMPTN-dan-SPAN-PTKIN-20192020> diakses pada tanggal 29 Oktober 2021
- <https://pandagila.com/pengertian-iklan/> diakses pada 14 September 2021

- Irwanto, T., & Hariyadi, W. (2018). Hubungan Iklan Dan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian Shampo Clear Pada Swalayan Fadillah Kota Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 6(2).
- Jacob, A. A., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(2)..
- Kanthi, Y. A. (2018). Pengaruh Iklan dan Public Relation terhadap Citra Institusi dan Keputusan Mahasiswa Memilih Kampus STIKI Malang sebagai Tempat Studi. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 12(1), 75-80.
- Katempa, P., & Djoh, R. K. (2017). Prediksi Tingkat Produksi Kopi Menggunakan Regresi Linear. *Jurnal ilmiah FLASH*, 3(1), 42-51.
- Khairina, N., & Firdaus, M. (2017). *Implementasi Public Relations Dalam Membangun Citra Positif Universitas Abdurrah Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Lesmana, R. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Garuda Indonesia Tbk.(Persero). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(1).
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 23468.
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall. Com. *Journal Ikhraith Humaniora*, 2(1), 53-61.
- Martin, M., & Nasib, N. (2021). The Effort to Increase Loyalty through Brand Image, Brand Trust, and Satisfaction as Intervening Variables. *Society*, 9(1), 277-288.
- Moses, M. (2012). Analisis pengaruh pendidikan, pelatihan, dan pengalaman kerja terhadap produktivitas kerja pegawai dinas

pertambangan dan energi Provinsi Papua. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 12(1), 18-36.

Normasari, S. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Padatamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Restiana, R., Wulandari, S. Z., & Novandari, W. (2021). The Effect of Social Media Advertising Content & Event Marketing on Student Interest with University Image as an Intervening Variable. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 11(1).

Rini, K. S., Rusmiwari, S., & Widodo, H. P. (2017). Peran humas dalam meningkatkan citra Universitas Tribhuwana Tungadewi. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1).

Sudiyono, A. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-13.

Sugiharto, N. A., Hurriyati, R., & Gaffar, V. Creating Student Loyalty Through Reputation of Higher Education: An Empirical Study of Polytechnic in Bandung. *The International Journal of Business Review (The Jobs Review)*, 4(2), 165-174.

Sujana, I. W. C. (2019). Fungsi Dan Tujuan Pendidikan Indonesia. *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar*, 4 (1), 29.

Tjandra, O., Andriani, G. E., Kaihatu, T. S., & Nugroho, A. (2016). Analisa pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara di restoran Boncafe Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 4(1), 37-51.

Triyaningsih, S. L., & Triastity, R. (2016). Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unisri Surakarta). *Eksplorasi*, 29(1).

- Wibowo, A. J. I., & Widodo, Y. E. (2013). Identifikasi Penentu Intensi Studi di Perguruan Tinggi: Studi Kasus terhadap Universitas Swasta Katolik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 13(1).
- Yusuf, M., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. *Makassar: CV. Sah Media*.
- Yuswanto, O. N., & Wulandari, A. (2019). Pengaruh Personal Selling Dan Iklan Terhadap Proses Keputusan Mahasiswa Memilih Tempat Kuliah. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(3), 213-222.