

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., & Hurriyati, R. (2009). *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Anzizhan, S. (2004). *Sistem Pengambilan Keputusan Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Antonic, B., Scarlat, C., & Erzetic, B. H. (2005). The Quality of Entrepreneurship Education and The Intention to Continue Education: Slovenia and Romania. *Managing Global Transitions*, 3(2), 197-212.
- Anwar, C., & Budiman, F. (2016). Pengaruh Brand Image dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Akuntansi Pada Perguruan Yakin Yang Ada Di Bandar Lampung. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 7(2).
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azoury, N., Daou, L., & Khoury, C. E. (2014). University Image and Its Relationship To Student Satisfaction-Case of the Middle Eastern Private Business School. *Journal Of International Strategic Management*, 2, 1-8.
- Chen, C. T. (2016). The Investigation on Brand Image of University Education and Students' Word-Of-Mouth Behavior. *Higher Education Studies*, 6.
- Desmita. (2009). *Psikologi Pembangunan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ferdinand. (2012). Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen. *E-Jurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*, 1(1).
- Fery, M. (2013). *Pengaruh Pengetahuan Peluang Kerja Terhadap Keputusan Memilih Jurusan Siswa SMK LKIA Pontianak*. Skripsi, Universitas Tanjungpura, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Pontianak.
- Gilarso, T. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Edisi 5*. Yogyakarta: Kanisius.

- Gunawan, Y. (2004). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Peminat Untuk Memilih Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha Bandung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1).
- Kabeakan, N. T. (2016). *Pengaruh Faktor Sosial dan Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara Medan Melalui Sikap Sebagai Variabel Intervening*. Tesis, Universitas Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Medan.
- Karyati. (2016). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016)*. Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Yogyakarta.
- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bantul: Pandiva Buku.
- Kusuma, L. A. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi Di Universitas Negeri Semarang*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Liawati, S. (2015). *Minat Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi Ditinjau Dari Minat Menjadi Guru dan Persepsi Peluang Kerja*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Surakarta.
- Mar'ati, F. (2018). *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Motivasi Belajar Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Yakin Siswa Kelas XII SMK Muhammadiyah 1 Bantul Tahun Ajaran 2017/2018*. Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Yogyakarta.
- Mihai-Florin, B. (2008). 12 Grade Students' Behavior In The Decision Making Process of Educational Choices. *Management and Marketing*, 3(4), 81-92.

Moogan, Y. J., Baron, S., & Bainbridge, S. (2001, 3 19). Timings and Trade-offs in the marketing of higher education courses : a conjoint approach. hal. 179-187.

Muhyadi. (2012). *Dinamika Organisasi Konsep dan Aplikasinya Dalam Interaksi Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Peter, J., & Olson, J. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.

Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.

Rodiyah. (2013). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengambilan Keputusan dan Perencanaan Di Sekolah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sangadji, & Sopiah, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Saputra, S.A. (2007). *Statistika*. Bandung : FPTK-UPI.

Sari, M. D. (2015). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi PPAK Dalam Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik (Studi Empiris Pada Universitas PPAK Di Sumatera). *Jom FEKON*, 2(2).

Sarwono, & dkk. (2011). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

Situngkir, E. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Ekonomi Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Kabanjahe Tahun Ajaran 2018/2019*. Skripsi, Universitas Negeri Medan, Fakultas Ekonomi.

Siyoto, S., & Sidik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, N. L., Herawati, N. T., & Julianto, P. (2017). Pengaruh Minat, Potensi Diri, Dukungan Orang Tua, dan Kesempatan Kerja Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha. *E- Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2).
- Sunarto, & Hartono, A. (2002). *Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, L. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suryani, A. N. (2018). Pengaruh Brand Image dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Manajemen di STIE Rahmaniyyah Sekayu (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2013/2014). *Jurnal Manajemen Kompeten*, 1(1).
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*. Jakarta: Prenada Media.
- Victoria, Y., Zamralita, & Sarawati, K. D. (2017). Peran Kualitas Kehidupan Kerja dan Persepsi Peluang Kerja Terhadap Intensi Pindah Kerja. *Journal of Psychological Science and Profesion (JPSP)*, 1(1).
- Widowati, A. I., & Surjawati. (2015). Studi Tentang Keputusan Memilih Jurusan S1 Akuntansi (Studi Empiris Pada Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Universitas Semarang). *Dinamika SOSBUD*, 17(2), 1-11.
- Yansah, R. (2018). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Lokasi, dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menempuh Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang*. Skripsi, Universitas Sriwijaya, Fakultas Ekonomi, Palembang.
- Yunus, U., Heriyati, P., Lindawati, & Willyarto, M. N. (2019). *Branding Perguruan Yakin di Era Digital*. Pasuruan : Qiara Media.