

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa (13th ed.). CV. Alfabeta.
- Amnia Daus. (2013). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENCAPAI TUJUAN LEMBAGA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SISWA (Studi Kasus pada MAN Teomokole)*.
- Apriyadi, M. (2020). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Sdit Permata Bunda I Bandar Lampung. *Tesis*, 1–122. <http://repository.radenintan.ac.id/12748/>
- Dana, R. D., Rohmat, C. L., & Rinaldi, A. R. (2018). Strategi Marketing Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Machine Learning dengan Teknik Clustering. *Jurnal Pengembangan IT (JPIT)*, 04(2), 201–204. <https://doi.org/10.30591/jpit.v4i2-2.1879>
- Dharma, A., & Putri, I. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 24–35.
- Dr. Dr. E. H. R. Zulki Zulkifli Noor, S. T. S. H. M. H. M. K. M. M. (2021). Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0. Deepublish.
- Fadli, K. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Pada Universitas Karimun Tahun Ajaran 2017 - 2018. *Purnama Berazam*, 1(1), 1–14.
- Fiantika, F. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin (Issue March). Remadja Karya.
- Firmansyah, Muhammad. (2019). PEMASARAN (dasar dan konsep).
- Hakim, Faisal. Trenggana, A. F. M. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Produk Indihome Pt. Telkom Witel Bandung. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Indihome Pt. Telkom Witel Bandung*, 4, 670.
- Hakim, A., & Wincoko. (2020). Strategi pemasaran sosial dalam meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru. *Jurnal Ilmiah Sintek*, 9 (2)(2), 1–13.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Efendi, E., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Sisca, S., Simarmata, H. M. P., Permadi, L. A., & others. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal

Books.

- Hidaya, A. D. S., & Lubis, D. S. W. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Studi Manajemen*, 1(1), 1–7. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/civitas>
- Issn, L. U., Abdullah, I., Ilmu, F., & Mataram, U. M. (2018). STRATEGI PROMOSI DALAM PENINGKATAN JUMLAH MAHASISWA BARU FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM. *Ulul Albab*, 22(2), 82–88.
- 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. <https://doi.org/10.32815/jitika.v12i1.230>
- Kristanto, T., Hadiansyah, W. M., Nasrullah, M., Amalia, A., Anggraini, E. Y., & Firmansyah, A. (2020). Strategi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Analisis SWOT. *Multinetics*, 6(2), 128–133. <https://doi.org/10.32722/multinetics.v6i2.3415>
- Limakrisna Nanda dan Togi Parulian Purba, 2017, Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis, edisi kedua, Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Malau Harman, 2017, Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global, cetakan pertama, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., Tanjung, R., Irdawati, I., Tjahjana, D., & others. (2021). Strategi Pemasaran. Yayasan Kita Menulis.
- Mikael Hang Suryanto, S. E. M. M. (2017). Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Morgan, Neil & Whitley, Kimberly & Feng, Hui & Chari, Simos. (2018). Research in Marketing Strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 10.1007/s11747-018-0598-1.
- Muhammad Yusuf Saleh. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran (Sobirin (ed.)). CV SAH MEDIA.
- Ninanesia, R., Heri, S., & Jamal. (2018). Strategi Cyber Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru. *Energy*, 8(2), 22–28. <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/energy/article/view/291>

- Nofrizal, N. (2018). Analisis Swot Untuk Menentukan Posisi Strategis Pada Universitas Lancang Kuning Pekanbaru. *Economica*, 7(1), 40–53. <https://doi.org/10.22202/economica.2018.v7.i1.2637>
- Rangkuti, F. (2015). Riset Pemasaran (Cetakan Ke-12). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siti Salbiyah, B. W. M. (2018). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT MEMILIH PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UMSURABAYA TAHUN 2017. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 15(1).
- Suardana, I. M., & Prathama, B. D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Mataram (Studi Kasus Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(3), 215–228. <https://doi.org/10.32493/frkm.v4i3.11408>
- Sudaryono, S., Lestari, K. S., & Wulansari, Y. (2021). Implementasi Cyber Marketing Dalam Mendukung Pendaftaran Online Mahasiswa Baru Pada Perguruan Tinggi (Studi Kasus : Universitas Raharja). *Jurnal Manajemen Retail Indonesia*, 2(1), 75–85. <https://doi.org/10.33050/jmari.v2i1.1436>
- Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. In *Management Pemasaran (Vol. 9, Issue 2)*. CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono, 2016, Statistik Untuk Penelitian, cetakan kedua puluh tujuh, Penerbit : Alfabeta Bandung.
- Suryanto Hang Mikael, 2017, Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi, edisi pertama, cetakan pertama, penerbit : Grasindo, jakarta.
- Suriyok, K. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 10(1), 53–59. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v10i1.908>
- Susanty Purnamasari, M., & Hidayat, T. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penerimaan Mahasiswa Baru Di Akademi Kebidanan Nadira Bandar Lampung. *Jurnal Perspective Business*, 2(1), 16–23. <https://doi.org/10.37090/jpb.v2i1.368>
- Tengku Firli Musfar, S. E. M. M. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia.
- Tety Elida dan Ari Raharja. (2019). Pemasaran digital. In *Journal of Chemical Information and Modeling (Vol. 53, Issue 9)*. IPB Press.

Triyoga, A. (2015). *ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STIKES RS BAPTIS KEDIRI*. 04, 40–55.

Yuniarsih, Y., Priadi, M. D., Firdaus, R. T. A., & Sabila., S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Volume Jumlah Mahasiswa di masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Tim Promosi Online Fisip Universitas Sangga Buana). *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi)*, 2(1), 35. <https://doi.org/10.32897/dimmensi.v2i1.1186>

Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo.

Wijaya, N. Q. 2016. *Strategi Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru pada Universitas Wiraraja Sumenep*.