

DAFTAR PUSTAKA

- Suarmaja, I. B. K., Suarmanayasa, I. N., Susila, G. P. A. J., & Atidira, R. (2023). Word of Mouth Marketing atau Social Media Marketing yang Lebih Efektif dalam Keputusan Memilih Program Studi S1 Manajemen Di Universitas Pendidikan Ganesha. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Sulfitra, E. A., & Nuzulman. (2024). Membangun Compound Brand Image dan Media Sosial dalam Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Muhammadiyah Aceh. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2). <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i2.7205>
- Astuti, A. D. (2020). Fasilitas, Harga, Kualitas Pendidikan, Dan Lokasi Sebagai Determinan Keputusan Siswa Memilih Jasa Pendidikan Di SMK Muhammadiyah Imogiri (Studi Kasus Pada Jurusan Tata Busana). **Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10*(20). Retrieved from <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>
- Ayu Ashari, S., Taufik Bau, R. R., dan Suhada, S. (2023). *Inverted: Journal Of Information Technology Education Eksplorasi Intensitas Penggunaan Sosial Media (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Teknik Informatika Ung)*. 3(2). <Http://Ejurnal.Ung.Ac.Id/Index.Php/Inverted>
- Fridayanthie (2017). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru Pada Universitas Muhammadiyah Tangerang*.
- Jaya, Hendra (2023). 21907-Article Text-69980-1-10-20231130. 6.
- Kotler dan Keller. (2016). Kotler dan Keller - Marketing Management. In *Boletin Cultural E Informativo - Consejo General De Colegios Medicos De España* (Vol. 22).
- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Laksamana, P. (2018). *Pengaruh Social Media Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pemilihan Pada Perguruan Tinggi Azmar Alumni Pascasarjana Perbanas Institute*.
- Luthfi, M., dan Mubarak, M. T. (2023). Efektivitas Instagram Sebagai Media Informasi Pondok Modern Darul Hijrah Putra Martapura. In *Efektivitas Instagram Sebagai Media....*

- Nurlenawati, N., dan Retnosary, R. (2023). *Audio Visual Budidaya Tanaman Kopi Sanggabuana Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Desa Mekarbuana*. 5(1).
- Rahayu, W. I., dan Shafina, M. R. (2022). Program Studi D4 Teknik Informatika 123 Politeknik Pos Indonesia 123. In *Jurnal Teknik Informatika* (Vol. 14, Issue 3).
- Retnosary, R. (2016). *Penerapan Strategi Penjualan Produk Organik Dalam Upaya Meningkatkan Daya Beli Konsumen (Studi Kasus P.T. Hero Supermarket Cikampek)* (Vol. 1, Issue 1).
- Santosa, M., dan Vanel, Z. (2022). Strategi Digital Marketing Mg Setos Hotel Semarang Dalam Meningkatkan Revenue Di Masa Pandemi. *Jurnal Penulisan Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(2), 234–242. <https://doi.org/10.23887/Jppsh.V6i2.50088>
- Wijaya, N. P. N. P., Hurriyati, R., dan Dirgantari, P. D. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan World Class University Terhadap Pemilihan Perguruan Tinggi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1). <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V14i1.2683>
- Yani, D. (2023). Pengaruh Konten Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Di Tiktok Shop Pada Mahasiswa Program Studi Di Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (Jisip)*, 7(1), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/Jisip.V7i1.4854/Http>
- Yani, D., Triadinda, D., Buana, U., dan Karawang, P. (2022). *Kajian Strategi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan Pada Umkm Gonze Cianjur Jawa Barat Di Era New Normal*. <https://Cianjur.Pikiran-Rakyat.Com/>
- Kuncoro. (2013). “*Mudah Memahami dan Menganalisis Indikator Ekonomi*”, Yogyakarta : UPP STIM YKPN.