

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

B, M., Miles, & Huberman, A. M. (2007). Analisis Data Kualitatif . Jakarta: UI Press. Tanggal akses: 12 Desember 2019

Kotler, P. & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. London, UK. Tanggal akses: 9 Oktober 2019

Jurnal Elektronik tanpa DOI:

Bialoń (2015). *CREATING MARKETING STRATEGIES FOR HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS*. *Warsaw Management University*, 4, (18), 141. Diakses dari [file:///C:/Users/HP/Downloads/Bialon-Lidia_Creating-marketing-strategies-for-higher-education-institutions%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Bialon-Lidia_Creating-marketing-strategies-for-higher-education-institutions%20(1).pdf) Tanggal akses: 18 Oktober 2019

Farida, N. (2016). *DETERMINANTS OF MARKETING PERFORMANCE: INNOVATION, MARKET CAPABILITIES AND MARKETING PERFORMANCE*. *Jurnal Dinamika Manajemen*, v. 7, (1), 58. Diakses dari <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/5759/4639> Tanggal Akses: 18 Mei 2020

Kussujaniatun, S., Wisnalmawati. (2011). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, NILAI, DAN KUALITAS YANG DIPERSEPSIKAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MOBIL TOYOTA. *BISMA*, [S.l.], v. 5, n. 1, 29-39. Diakses dari <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA/article/view/42> Tanggal Akses: 18 Mei 2020.

Nurhayati, I. (2013). Promosi Universitas Swasta dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru (Studi Kasus Promosi Upt Hppmb Universitas Muhammadiyah Sukabumi). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 7(1), 23. Diakses dari <https://www.neliti.com/publications/195185/promosi-universitas-swasta-dalam-menarik-minat-mahasiswa-baru-studi-kasus-promos> Tanggal akses: 3 November 2019

Sihite, M. (2018). Marketing Perguruan Tinggi Meningkatkan Daya Saing: Suatu Tinjauan Konseptual. *SENSASI*, v. 1, (1), 33 – 44. Diakses dari https://scholar.google.co.id/scholar?q=artikel+pengetahuan+produk&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1

[&oi=scholar](#) Tanggal akses : 18 Mei 2020

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Universitas Brawijaya Malang*, 29(1), 61. Diakses dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172> Tanggal akses: 18 Oktober 2019

Jurnal Elektronik Dengan DOI:

PUTRI, Denia Dwi. (2016). Pola Komunikasi pada Program Mentoring (Studi Deskriptif Kualitatif pada Program Mentoring Young On Top Campus Ambassador). **Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)**, [S.l.], v. 2, n. 2, p. 124-135, doi: <https://doi.org/10.25124/liski.v2i2.137> Tanggal akses: 20 November 2019

Sumber Internet:

Bitar. (2019). Pengertian Marketing-Fungsi, Tugas, Konsep, Para Ahli. Diakses dari <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-marketing/> Tanggal akses : 6 Oktober 2019

Databoks. (2017). Berapa Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/05/berapa-jumlah-perguruan-tinggi-di-indonesia> Tanggal akses: 19 September 2019

Harususilo, Y. E (2019). Data Terkini, Ini Dia 96 Perguruan Tinggi Peraih Akreditasi A Nasional. Diakses dari <https://edukasi.kompas.com/read/2019/09/24/07522291/data-terkini-ini-dia-96-perguruan-tinggi-peraih-akreditasi-a-nasional?page=all> Tanggal akses: 10 Oktober 2019

Hidayat, A. (2012). Penjelasan Lengkap Tentang Penelitian Kualitatif. Diakses dari <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html> Tanggal akses: 8 November 2019

Kotler, P. (2015). *Phil Kotler on the Relationship between Marketing and Capitalism*. Diakses dari <http://fixcapitalism.com/phil-kotler-on-the-relationship-between-marketing-and-capitalism/> Tanggal akses: 10 Oktober 2019.

PENGERTIAN DUTA DAN KONSUL. (2019). Diakses dari

<https://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-duta-dan-konsul/> Tanggal akses : 10 Oktober 2019

Podomoro University. (2014). *Our Identity*. Diakses dari <https://podomorouniversity.ac.id/our-identity/> Tanggal akses: 3 Mei 2020

Riadi, M. (2018). Pengertian, Bauran dan Strategi Komunikasi Pemasaran. Diakses dari <https://www.kajianpustaka.com/2018/11/pengertian-bauran-dan-strategi-komunikasi-pemasaran.html> Tanggal akses: 18 Mei 2020

RISTEKDIKTI. (2018). Link PTS. Diakses dari <http://kopertis3.or.id/v2/link-pts/> Tanggal akses: 19 September 2019

Schachner, C. (2019). *What Are Marketing Activities*. Diakses dari <https://www.quora.com/What-are-marketing-activities> Tanggal akses: 10 Oktober 2019

Sevima. (2017). Strategi *Branding* Perguruan Tinggi Untuk Menarik Minat Mahasiswa Baru. Diakses dari <https://sevima.com/strategi-branding-perguruan-tinggi-untuk-menarik-minat-mahasiswa-baru/> Tanggal akses : 9 Oktober 2019