

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN PT. PERTAMINA (PERSERO)  
TERHADAP KEPUTUSAN CALON MAHASISWA MEMILIH  
UNIVERSITAS PERTAMINA**

**Kansa Feta**

Universitas Paramadina  
kansa.feta@students.paramadina.ac.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan PT. Pertamina (Persero) terhadap keputusan calon mahasiswa memilih Universitas Pertamina. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei. Data yang diperoleh menggunakan kuesioner tertutup melalui media *google form* yang telah di uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan pengujian analisis uji regresi linear sederhana untuk mengetahui hubungan linearitas variabel X dan Y, uji korelasi pearson untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y, dan uji T untuk menguji hipotesis yang diajukan, yang semua pengujian tersebut menggunakan software SPSS (Statistical Program for Social Sciences) versi. 22 for windows. Populasi Penelitian ini berjumlah 30 orang, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Cluster Random Sampling* (pengambilan sampel acak berdasar area atau wilayah). 30 orang tersebut terdiri dari Pelajar SMA Kelas 11 di Wilayah Jakarta Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang sedang dari citra perusahaan PT, Pertamina (Persero) terhadap keputusan calon mahasiswa memilih Universitas Pertamina. dimana semakin baik citra perusahaan, maka akan semakin meningkat keputusan calon mahasiswa untuk memilih Universitas Pertamina. Berdasarkan uji korelasional dengan menggunakan *Pearson Product Momen* diperoleh angka  $R^2$  (R Square) sebesar 0,324 atau (32,4%), hal ini menunjukkan bahwa pengaruh citra perusahaan PT. Pertamina (Persero) terhadap keputusan calon mahasiswa memilih Universitas Pertamina sebesar 32,4% sedangkan sisanya sebesar 67,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Citra Perusahaan, Keputusan Memilih, PT. Pertamina, Universitas Pertamina.

**ABSTRACT**

*This research aimed to investigate the impact of PT. Pertamina (Persero) company's image on prospective students' decisions to choose Universitas Pertamina. The research utilized a quantitative approach with a survey research method. Data was collected through a closed questionnaire distributed via Google Forms, which was validated and assessed for reliability. Data analysis involved the use of simple linear regression analysis to determine the linear relationship between variables X and Y, Pearson correlation analysis to measure the extent of variable X's influence on Y, and T-test to test the proposed hypotheses, all conducted using SPSS (Statistical Program for Social Sciences) version 22 for Windows. The research population consisted of 30 individuals, and Cluster Random Sampling was used to select the sample, which comprised 11th-grade high school students in*

*South Jakarta. The research findings demonstrated a moderately positive influence of PT. Pertamina (Persero) company's image on prospective students' decisions to choose Universitas Pertamina. In other words, a better company image led to an increased likelihood of prospective students choosing Universitas Pertamina.*

*According to the Pearson Product-Moment correlation test, the  $R^2$  (R-Square) value was 0.324 or 32.4%. This suggests that PT. Pertamina (Persero) company's image has a 32.4% influence on prospective students' decisions to select Universitas Pertamina, while the remaining 67.6% is affected by other variables not included in this study.*

**Keywords:** *Company Image, Decision to Choose, PT. Pertamina, Universitas Pertamina.*

## **PENDAHULUAN**

PT. Pertamina (Persero) adalah Perseroan milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang energi dan penyumbang deviden terbesar di Indonesia. PT. Pertamina (Persero) memiliki usaha dari hulu sampai hilir yang terintegrasi, mulai dari Eksplorasi dan Produksi, Pengolahan, Distribusi dan Pemasaran. Dalam perjalanannya, PT. Pertamina (Persero) menjadi bagian sejarah pembangunan nasional yang berperan penting dan strategis, karena bisnis usaha migas berkontribusi dalam penerimaan devisa negara pada masa awal pembangunan nasional. Berdasarkan survei Tren Minat dan Perilaku Pencari Kerja Indonesia di Era New Normal yang dilakukan oleh Deka Insight bekerjasama dengan Job2Go.Net di bulan Juli hingga Agustus 2020, PT. Pertamina (Persero) meraih peringkat nomer satu sebagai perusahaan atau lembaga idaman pencari kerja Indonesia di tahun 2020. Hal tersebut juga tidak luput diidamkan oleh pelajar yang bermimpi dapat menjadi bagian dari PT. Pertamina (Persero), dan untuk meraih hal tersebut perlu ketekunan belajar, salah satunya belajar ke jenjang Pendidikan Tinggi. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 4 tahun 2014 pasal 1 ayat 3 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, Pendidikan Tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh Perguruan Tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia.

Umumnya pelajar tingkat akhir pada sekolah menengah atas akan disibukkan untuk memilih sebuah Perguruan Tinggi yang akan menjadi tempat belajar untuk meraih gelar sarjana. Dalam memilih pilihan tersebut, para pelajar umumnya akan berlomba-lomba untuk mendaftar di Perguruan Tinggi Negeri dan Sekolah Kedinasan, hal tersebut di dasari oleh anggapan bahwa Perguruan Tinggi Negeri dan Sekolah Kedinasan lebih terpercaya, terkenal dan terpercaya (Halawa, Kerisman, 2019). Selanjutnya, apabila gagal meraih Perguruan Tinggi Negeri pelajar akan memutuskan memilih Perguruan Tinggi Swasta yang diinginkan. Pilihan Perguruan Tinggi Swasta yang beragam membuat pelajar bebas menentukan pilihannya terhadap tempat belajar sesuai dengan minat dan ketertarikan. Umumnya pelajar akan memilih dari sudut pandang harga dan citra sebuah Perguruan Tinggi Swasta. Citra adalah cara masyarakat mempersepsikan (memikirkan) perusahaan atau produknya (Kotler dan Keller, 2009:388).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Perusahaan PT. Pertamina (Persero) Terhadap**

**Keputusan Calon Mahasiswa Memilih Universitas Pertamina**". Penelitian tersebut bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh Citra Perusahaan PT. Pertamina (Persero) terhadap keputusan memilih Universitas Pertamina menjadi tempat belajar bagi calon mahasiswa yang merupakan pelajar SMA kelas 11 di Jakarta Selatan.

Keputusan tersebut didasari oleh sebuah citra yang ditampilkan oleh sebuah perusahaan atau perguruan tinggi, salah satunya adalah Citra Merek atau *Brand Image*. Menurut Tjiptono (2015:49) bahwa citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Selanjutnya, penulis menemukan pada kesepuluh jurnal diatas area yang belum ditelaah mengenai Citra Perusahaan atau *Corporate Image*, Menurut Soemirat dan Ardianto (2007:115) citra perusahaan adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan. Melalui topik penelitian di atas, penulis ingin menelaah variabel Citra Perusahaan atau *Corporate Image* yang belum ditelaah pada penelitian sebelumnya. Adapun berikut adalah alasan penulis memilih topik diatas sebagai judul penelitian yang menarik untuk diteliti:

1. Nama Universitas, tidak banyak Perguruan Tinggi Swasta yang menyematkan perusahaan Badan Milik Usaha Milik Negara (BUMN) pada nama Perguruan Tinggi tersebut.
2. Pengaruh yang ditimbulkan dari penyematan dari nama perusahaan, penulis ingin mengetahui apakah ada pengaruh yang ditimbulkan dari penyematan nama "Pertamina" pada Universitas Pertamina untuk calon mahasiswa yang ingin mendaftar kuliah di Perguruan Tinggi Swasta tersebut.

Universitas Pertamina didirikan berdasarkan Surat Keputusan (SK) Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No. 60/KPT/I/2016 yang diterbitkan pada 1 Februari 2016 tentang izin pendirian Universitas Pertamina. Sementara, peresmian universitas dilakukan pada 11 Februari 2016 oleh Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi dan Direktur Utama PT Pertamina (Persero), yang didukung oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara dan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral. Berdirinya Universitas Pertamina merupakan wujud kontribusi PT Pertamina (Persero) kepada masyarakat melalui penyelenggaraan pendidikan tinggi. Universitas Pertamina didirikan dengan semangat menjadi perguruan tinggi berkelas dunia di bidang bisnis dan teknologi energi. (<https://universitaspertamina.ac.id/profile>)

Universitas Pertamina saat ini memiliki 6 Fakultas dan 15 Program Studi untuk strata 1, yaitu:

- Fakultas Teknologi Eksplorasi dan Produksi, dengan Program Studi: Teknik Geologi, Teknik Geofisika, dan Teknik Perminyakan
- Fakultas Teknologi Industri, dengan Program Studi: Teknik Elektro, Teknik Mesin, Teknik Kimia, dan Teknik Logistik
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dengan Program Studi: Manajemen dan Ekonomi
- Fakultas Perencanaan Infrastruktur, dengan Program Studi: Teknik Sipil dan Teknik Lingkungan
- Fakultas Sains dan Ilmu Komputer, dengan Program Studi: Kimia dan Ilmu Komputer
- Fakultas Komunikasi dan Diplomasi, dengan Program Studi: Hubungan Internasional dan Komunikasi

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Arikunto (2006:12)

mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut mengunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Angka mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembuatan, penggunaan, dan pemecahan masalah. Untuk metode dalam penelitian ini menggunakan dengan metode survei, menurut Rakhmat Kriyatono (2009:59-60), survei adalah metode riset dengan menggunakan kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup yang disebar melalui Google Form, dengan alternatif jawaban pada pilihan yang disediakan terdiri atas: Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju, pilihan tersebut merupakan Skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Cara pengukuran adalah dengan memberikan pernyataan yang dimana sudah diberi jawaban yang setiap jawaban memiliki bobot tersendiri. Kuesioner tersebut di Uji Validitas dan Reliabilitas untuk mengukur kelayakan alat instrumen (kuesioner) yang di gunakan dalam penelitian.

Populasi Penelitian ini berjumlah 30 orang, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Cluster Random Sampling (Pengambilan Sampel Acak Berdasar Area atau Wilayah), 30 orang tersebut terdiri dari Pelajar SMA Kelas 11 di Wilayah Jakarta Selatan. Selanjutnya untuk teknik analisis data menggunakan Uji koefisien korelasi untuk menilai hubungan antara dua atau lebih variabel yang diteliti dan Uji analisis regresi sederhana untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun semua data statistik yang di olah dalam penelitian sederhana ini melalui Software IBM SPSS versi 22 for windows.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Populasi

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin & Jurusan

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	8	26,7	26,7	26,7
	Perempuan	22	73,3	73,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	
Kelas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IPA	21	70,0	70,0	70,0
	IPS	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Sumber: Data internal dikelola

Dari hasil output SPSS diatas, dapat diketahui bahwa identitas 30 responden

berdasarkan jenis kelamin adalah 73,3% berjenis kelamin perempuan dan 26,7% berjenis kelamin Laki-laki, dan berdasarkan jurusan adalah 70% IPA dan 30% IPS.

b. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas pada Kuesioner

No. Item	R	R Tabel	Keterangan
Menurut saya, PT. Pertamina (Persero) adalah perusahaan BUMN paling baik dibanding BUMN lain	0.429	0.361	Valid
PT. Pertamina (Persero) merupakan BUMN yang telah dikenal masyarakat dengan logo dan namanya yang khas	0.670	0.361	Valid
Saya ingin bekerja di BUMN seperti di PT. Pertamina (Persero)	0.471	0.361	Valid
Saya pernah mencari informasi tentang Universitas Pertamina (Biaya Masuk, Program Studi, dll)	0.693	0.361	Valid
Ada jurusan yang saya inginkan di Universitas Pertamina	0.747	0.361	Valid
Saya tertarik dengan Universitas Pertamina karena ada nama "Pertamina" dibelakangnya	0.703	0.361	Valid

Sumber: Data internal dikelola

a. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas pada Kuesioner

Cronbach's Alpha	N of Items
,685	6

Sumber: Data internal dikelola

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha terhadap semua item pertanyaan, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dapat dikatakan reliabel ( $>0,60$ , yaitu  $0,685$ ), dengan demikian, semua item pertanyaan X dan Y dapat digunakan sebagai instrumen untuk mengukur variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini.

b. Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas pada Kuesioner

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,61432985
Most Extreme Differences	Absolute	,158
	Positive	,109
	Negative	-,158
Test Statistic		,158
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 <sup>c</sup>

Sumber: Data internal dikelola

Hasil uji normalitas dengan menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov, dengan hasil sebaran data dikatakan normal karena  $0,54 > 0,05$ .

c. Uji Koefisien Korelasi (R)

Untuk teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yang pertama adalah Uji Koefisien Korelasi (R), Uji ini dilakukan untuk melihat nilai hubungan antara dua atau lebih variabel yang diteliti.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.048 <sup>a</sup>	.324	-,035	2,66060

Sumber: Data internal dikelola

Berdasarkan tabel output SPSS di atas diperoleh angka R sebesar  $0,48$ . Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif yang sedang antara Citra Perusahaan dengan Keputusan Memilih, Berdasarkan tabel output SPSS juga diperoleh angka  $R^2$  (R Square) sebesar  $0,324$  atau ( $32,4\%$ ). Hal ini menunjukkan

bahwa pada data awal menunjukkan pengaruh Citra Perusahaan PT.Pertamina (Persero) Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Memilih Universitas Pertamina sebesar 32,4% (Hubungan positif yang sedang).

d. Uji Regresi Linear Sederhana

Selanjutnya, adalah Uji Regresi Linear Sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel citra perguruan tinggi (X) terhadap variabel keputusan kuliah mahasiswa (Y). berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS, maka didapatkan tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,972	2,903		,115	,001
	Citra Perusahaan	,028	,246	,022	3,780	,910

Sumber: Data internal dikelola

Angka-angka dioutput SPSS dapat diartikan sebagai berikut:

1. a = Konstanta sebesar 10,972, angka konstan yang berarti jika Citra Perusahaan (X) tidak ada maka konsisten Keputusan Memilih (Y) adalah sebesar 10,972.
2. b = Koefisien regresi sebesar 0,28, angka ini berarti bahwa setiap penambahan 1% pengaruh dari Citra Perusahaan (X), maka Keputusan Memilih (Y) akan meningkat sebesar 0,28.

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Citra Perusahaan (X) berpengaruh Positif terhadap Keputusan Memilih (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10,972 + 0,28 X$$

## SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang sedang dari citra perusahaan PT, Pertamina (Persero) terhadap keputusan calon mahasiswa memilih Universitas Pertamina. dimana semakin baik citra perusahaan, maka akan semakin meningkat keputusan calon mahasiswa untuk memilih Universitas Pertamina. Berdasarkan uji korelasional dengan menggunakan *Pearson Product Momen* diperoleh angka  $R^2$  (R Square) sebesar 0,324 atau (32,4%), hal ini menunjukkan bahwa pengaruh citra perusahaan PT.Pertamina (Persero) terhadap keputusan calon mahasiswa memilih Universitas Pertamina sebesar 32,4% sedangkan sisanya sebesar 67,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara Citra Perusahaan PT.Pertamina (Persero) Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Memilih Universitas Pertamina sebesar 32,4% (Hubungan positif yang sedang). Dimana semakin baik Citra Perusahaan PT.Pertamina (Persero), maka akan semakin meningkat keputusan Calon Mahasiswa untuk memilih Universitas Pertamina.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk saat ini berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Periklanan, adalah suatu bentuk kegiatan promosi dengan menyampaikan ide, produk serta jasa yang dilakukan melalui media tertentu. Periklanan merupakan salah satu sumber informasi yang dijadikan oleh calon konsumen sebagai pertimbangan untuk membuat keputusan.
- b. Personal selling, adalah bentuk kegiatan promosi dengan melakukan komunikasi lisan dan mendatangi secara langsung kepada calon konsumen yang bertujuan untuk mengenalkan produk dan jasa serta memberikan pemahaman atas informasi suatu produk dan jasa yang pada akhirnya membuat mereka mau membeli atau mendapatkannya.
- c. Publisitas personal yang dilakukan sebagai suatu usaha meningkatkan kesadaran dan perhatian dari calon konsumen. Adalah bentuk promosi non mengenai produk dan jasa dengan harapan jangka pendekakan mendorong keputusan pembelian.

Promosi penjualan adalah bentuk promosi dengan memberikan stimulus langsung yang diterapkan dalam jangka waktu tertentu kepada calon konsumen dengan tujuan menarik mereka untuk melakukan pembelian. Stimulus yang sering dilakukan adalah dengan memberikan diskon harga.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adha, Suhroji, Irawan: 2021. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Memilih Kampus Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Interveing - Studi Kasus Pada Universitas Faletahan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*: Vol 6.
- Asmiati, Muh. Akbar, Iqbal Sultan. 2014. Strategi Promosi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Mahasiswa Pasca Peralihan Dari Institut Menjadi Universitas. *Jurnal Komunikasi KAREBA*: Vol.3.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gemily, Syilgi Cahya, Kristina Sisilia. 2015. Analisis Faktor Pembentuk Pengambilan Keputusan Mendaftar Pada Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Telkom. *e-Proceeding of Management* : Vol.2.
- Halawa, Kerisman, 2019. Mengapa Calon Mahasiswa Lebih Memilih PTN Dibanding PTS. Available at:
- Harahap, Dedy Ansari, et.al. 2020. Pentingnya Citra Universitas Dalam Memilih Studi Di Perguruan Tinggi. *Niagawan* Vol 9.
- Harrison, Shirley. 2004. *Marketer's Guide To Public Relations*. New York: John Wiley and Son.
- <https://universitaspertamina.ac.id/profile/sejarah> (diakses pada tanggal 11 April 2022).
- <https://www.kompasiana.com/kerismanhalawa/5d540437097f3622640fa2a2/mengapa-calon-mahasiswa-ingin-lebih-memilih-ptn-dibanding-dengan-pts> (diakses pada tanggal 11 April 2022)
- Juliana, Johan. 2020. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Memilih Universitas Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Perbanas*.
- Lesmana, Rosa, Yustriani. 2017. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Garuda Indonesia Tbk. (Persero). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*: Vol.1.

- Lubis, Desy Irana Dewi dan Rahmat Hidayat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1.
- Manullang, Marihot dan Fadli. 2014. *Teori Pengambilan Keputusan*. Cetakan Pertama. Bandung: Citapustaka Media.
- Maryati, Nana Darna, Ali Muhidin. 2020. Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pd Sumber Rezeki Singapura). *Business Management and Entrepreneurship Journal*: Vol 2.
- Mellyaningsih, Eliza, Kristina Sisilla. 2015. Analisa Faktor Pengambilan Keputusan Mendaftar di Insitusi Pendidikan Tinggi Swasta - Studi Pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom Angkatan 2014. *e-Proceeding of Management : Vol.2*.
- Ningsih, Dewi. 2019. Analisa Brand Image Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*: Vol. 03.
- Nurhayati, Itsna, Andi Mulyadi. 2017. Promosi Universitas Swasta Dalam Menarik Minatmahasiswa Baru (Studi Kasuspromosi Upthppmb Universitas Muhammadiyah Sukabumi). *Jispo*: Vol. 7.
- Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, Pendidikan Tinggi. Peraturan Pemerintah Nomor 4 tahun 2014 pasal 1 ayat 3 tentang Penyelenggaraan
- Prasetyaningrum, Indah Dwi, Etni Marliana. 2020. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada Universitas Muria Kudus). *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Purba, Roy Parto. 2017. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasuspt. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul). *JOM FISIP* Vol. 4 No. 1.
- Putri, Dwika Lodia, dan Aznuriyandi. 2019. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Bimbingan Belajar Pada Lembaga Pendidikan Ganesha Operation Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing* Vol. 5.
- Qomusuddin, Ivan Fanani, Siti Romlah. 2021. Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Keputusan Kuliah Mahasiswa - Studi Kasus Pada Program Studi Pendidikan Agama Islam STIT At-Taqwa Ciparay Bandung. *Jurnal Ilmu-ilmu Agama*.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syariffudin S. Gassing dan Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset. Universitas Pertamina. Sejarah. Available at:
- Wardi, Jeni, Gusmarila Eka Putri, Olivia Anggie Johar. Promosi Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru: Sebuah Tinjauan Kegiatan Promosi Di Universitas Lancang Kuning. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Yahya, Muhammad. 2020. Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Agrobisnis Perkebunan. Tesis. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Yasa, Ni Nyoman Kerti, et.al. 2021. Antecedent of WOM and Its Implications on The Brand Image of The Higher Education Institution in Bali. *Jurnal Dinamika Manajemen*.