

DAPFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2003). *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati. (2009). *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Creven, David W and Nigel F. Piercy. (2006). *Strategic Marketing 8th Edition*. New York: McGraw Hill International.
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations 5th Ed*. Jakarta: Erlangga
- Kasalai, Rhenald. (2003). *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 2)*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnendi. (2007). *Model-Model Persamaan Struktural (Satu dan Multigrup Sampel dengan LISREL)*. Bandung: Alfabeta.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Rencana Strategis Politeknik Pos Indonesia Tahun 2010-2020.
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. (2011). *Cara Menggunakan dan Mamaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung:Alfabeta.
- Ries, Al & Laura Ries. (2004). *The Fall of Advertising & The Rise of PR*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. (2003). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Saladin, Djaslim. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Satuan Pengawas dan Penjaminan Mutu Akademik. (2011). *Laporan Evaluasi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2011*. Bandung: SPMA Politeknik Pos Indonesia.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Soedibjo, Bambang S. (2004). *Pengantar Metode Penelitian. Edisi Revisi*. Bandung.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. (2008). *Marketing Research (The Smart Way to Solve a Problem)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. (2010). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Surat Keputusan Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia nomor: 32/SK/YPBPI/1004, 2004
- Susanto, A.B dan Himawan Wijanarko. (2004). *Power Branding (Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya)*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. (2008). *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT ANDI Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management: Mewujudkan layanan Prima*. Yogyakarta: PT ANDI Offset.
- Universitas Pendidikan Indonesia. (2011). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*.
- Udayani, Nina. (2009). *Pengaruh Kualitas Jasa Pendidikan Tinggi dan Marketing Public Relations terhadap Nilai Jasa bagi Mahasiswa serta Implikasinya terhadap Reputasi Perguruan Tinggi (Survey pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Jenjang S-1 di Universitas Swasta se-Kota Bandung)*. Tesis pada Magister Manajemen Bisnis UPI Bandung: tidak diterbitkan.

Uswarudin. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien dan Dampaknya terhadap Citra Rumah Sakit (Survey pada Pasien Ruang Rawat Inap Bougenville RSUP dr. Hasan Sadikin Bandung)*. Tesis pada Magister Manajemen Bisnis UPI Bandung: tidak diterbitkan.

Waskito, A. A. 2010. *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Wahyu Media.

Widodo, Muktiyo. (2002). PR Perguruan Tinggi– *Berita Kagama*, No. 14 XXVI / April

Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner & Dwayne D Gremler. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm 5th ed*. New York: McGraw-Hill.

Jurnal:

Alves, Helena and Mario Raposo. (2010). “*The Influence of University Image on Student Behaviour*”. *International Journal of Educational Management*. **24**, (1), 73-85.

Arpan, Laura M., Arthur A. Raney, and Suzane Zivnuska. (2003). “*A Cognitive Approach to Understanding University Image*”. *Corporate Communications: An International Journal*. **8**, (2), 97-113.

Drummond, Graeme. (2004). “*Consumer Confusion: Reduction Strategies in Higher Education*”. *International Journal of Educational Management*. **18**, (5), 317-323.

Ivy, Jonathan. (2008). “*A New Higher Education Marketing Mix: The 7Ps for MBA Marketing*”. *International Journal of Educational Management*. **22**, (4), 288-299.

Mackelo, Olga and Greta Druteikiene. (2010). “*The Image of A Higher Education Institution, Its Structure and Hierarchical Level: The Case of The Vilnius University Faculty of Economics*”. **89**, (3), 105-121

Moogan, Yvone J., Steve Baron, and Kim Harris. (1999). “*Decision-Making Behaviour of Potential Higher Education Students*”. *Higher Education Quarterly*. **53**, (3), 211-228.

Palacio, Asuncion Beerli., Gonzalo Diaz Meneses, and Pedro J. Perez Perez. (2002). “*The Configuration of The University Image and Its Relationship With The Satisfaction of Students*”. *Journal of Educational Administration*. **40**, (5), 486-505.

Schuller, David and Martina Rasticova. (2011). "Marketing Communications Mix of Universities-Communication With Students in an Increasing Competitive University Environment. *Journal of Competitiveness*. 3, 58-71.

Internet:

<http://www.poltekpos.ac.id>

<http://www.seputar-indonesia.com/>

Kopertis Wilayah IV. (2011). *Rekap PTS, Prodi, Mahasiswa dan Dosen. [Online]*. Tersedia: <http://www.kopertis4.or.id/Peta/Pemetaan PTS.html> [29 September 2011].

Ubaydillah, 2010. *Makna Seragam Kerja*. Diakses pada tanggal 12 Agustus 2010 dari http://www.e-psikologi.com/epsi/artikel_detail.asp?id=629

Ulfah, Masita. (2011). *30% PTS Terancam Bangkrut. [Online]*. Tersedia: <http://www.seputar-indonesia.com/edisicetak/content/view/405145/> [29 September 2011].

Viklund, Andreas. (2010). *Bauran Pemasaran. [Online]*. Tersedia: <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2010/01/konsep-bauran-pemasaran-marketing-mix.html> [03 Desember 2011].