PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *BRAND TRUST* DAN *SUSTAINABLE MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH LEMBAGA KURSUS DI KAMPOENG BAHASA ENGLISH COURSE TANGERANG

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Dhaul Jannah Anggawati

43122110017

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *BRAND TRUST* DAN *SUSTAINABLE MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH LEMBAGA KURSUS DI KAMPOENG BAHASA ENGLISH COURSE TANGERANG

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Dhaul Jannah Anggawati

43122110017

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhaul Jannah Anggawati

NIM : 43122110017

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 26 Agustus 2026



Dhaul Jannah Anggawati

NIM : 43122110017

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: DHAUL JANNAH ANGGAWATI
NIM	: 43122110017
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, BRAND TRUST DAN SUSTAINABLE MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH LEMBAGA KURSUS DI KAMPOENG BAHASA ENGLISH COURSE TANGERANG
Hasil Pengecekan Turnitin	: 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **24%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 15 September 2026
Kepala Biro **Perpustakaan**

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/September/15/0000001417/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Dhaul Jannah Anggawati
NIM	:	43122110017
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, BRAND TRUST DAN SUSTAINABLE MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH LEMBAGA KURSUS DI KAMPOENG BAHASA ENGLISH COURSE TANGERANG

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 13 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266670

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Brand Trust*, dan *Sustainable Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Lembaga Kursus di Kampoeng Bahasa *English Course* Tangerang.**

Penyusunan laporan skripsi penelitian ini adalah salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan Bapak Dudi Permana, Ph. D., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT yang tiada hentinya selalu memberikan rahmat, nikmat, dan karunianya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi.
2. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Eri Marlapa, SE, MM., selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
6. Dr. Aldina Shiratina, SE, M.Si., selaku Sekretaris 2 Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh Dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu.
8. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2022, khususnya kelas Karyawan Regular 2, atas semangat dan diskusi positif selama masa perkuliahan.

lib.mercubuana.ac.id

10. Teristimewa, kedua orang tua tercinta saya Bapak Mustakim, S.Ag., dan Ibu Zulaichah, yang telah memberikan semangat, doa, kasih sayang dan dukungan yang tak terhingga.
11. Keluarga besar Yayasan Ar Rasyid Bintaro, khususnya Bapak Drs. Suharmadi, Ak., M.M., M.SI., CA., dan Ibu Retno Indriati S.Pt., yang sudah memberikan semangat, motivasi, doa, dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kakak ku Satria Putra Ramadhan, S.E, M.M., dan Ayun Fitria S.H., yang selalu mendampingi, memberikan dukungan, semangat, dan nasihat berharga selama proses penyusunan karya ini.
13. Untuk adik ku tersayang Muhammada Abduh, Muhammada Misbahul Munir, Hanifa Ramadhani dan Muhammad Afkar Murtadho terima kasih telah menjadi teladan dan sumber inspirasi dalam setiap langkahku dan teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung dan memberikan semangat selama perkuliahan.
14. Seluruh orang-orang baik yang hadir dalam hidup saya tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi ini. Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 26 Agustus 2026



Dhaul Jannah Anggawati

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Dhaul Jannah Anggwati
NIM	: 43122110017
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis / S1 Manjemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Trust Dan Sustainable Marketing Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Lembaga Kursus Di Kampoeng Bahasa English Course Tangerang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Agustus 2026



Dhaul Jannah Aanggawati

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *BRAND TRUST* DAN *SUSTAINABLE MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH LEMBAGA KURSUS DI KAMPOENG BAHASA ENGLISH COURSE TANGERANG

DHAUL JANNAH ANGGAWATI

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana Electronic Word of Mouth, Brand Trust dan Sustainable Marketing berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih lembaga kursus di Kampoeng Bahasa English Course Tangerang. Penelitian tersebut didasarkan pada kondisi jumlah siswa yang mengalami stagnasi dan penurunan setelah tahun 2019. Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada orang tua atau wali murid. Data penelitian yang melibatkan 120 siswa aktif KBEC selanjutnya diolah dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) menggunakan SmartPLS. Berdasarkan hasil analisis tersebut, Sustainable Marketing terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Berbeda dengan kedua variabel tersebut, Electronic Word of Mouth dan Brand Trust memang menunjukkan hubungan yang positif dengan keputusan konsumen, tetapi pengaruh yang dihasilkan tidak signifikan.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth, Brand Trust, Sustainable Marketing*, Keputusan Konsumen, Lembaga Kursus.

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *BRAND TRUST* DAN *SUSTAINABLE MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH LEMBAGA KURSUS DI KAMPOENG BAHASA ENGLISH COURSE TANGERANG

DHAUL JANNAH ANGGAWATI

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the extent to which Electronic Word of Mouth, Brand Trush and Sustainable Marketing Influence consumers decisions when choosing a language school at Kampoeng Bahasa English Course in Tangerang. The study was prompted by the stagnation and decline in student enrollment observed after 2019. A quantitative approach was employed in this study, with data collected through a questionnaire distributed to parents or guardians of students. The research data, wich involved 120 active KBEC students, was then analyzedusing a Partial Least Squares (PLS) based Structural Equation Modeling (SEM) approach with SmartPLS. Based on the results of this analysis, Sustainable Marketing was found to have a positive and significant influence on consumer decisions. In contrast to these two variables, Electronic Word of Mouth and Brand Trush did show a positive relationship with consumer decisions, but the resulting influence was not significant.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Brand Trust, Sustainable Marketing, Consumer Decision, Course Institution.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Rumusan Masalah Penelitian 12
C. Tujuan Penelitian 12
D. Konstribusi Penelitian 13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **15**
A. Kajian Pustaka 15
1. Perilaku Konsumen 15
2. Model Perilaku Konsumen 17
3. *Electronic Word of Mouth* 21
4. *Brand Trust* (Kepercayaan Merek) 25
5. *Sustainable Marketing* 27
6. Keputusan Konsumen 32
7. Penelitian Terdahulu 39
8. Hubungan Antara Variabel 45
9. Rerangka Konseptual 47
B. Pengembangan Hipotesis 48
BAB III METODE PENELITIAN **49**
A. Waktu dan Tempat Penelitian 49
B. Desain Penelitian 49
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel 50
1. Definisi Variabel 50
2. Operasionalisasi Variabel 51
D. Pengukuran Variabel 53

lib.mercubuana.ac.id

E. Populasi dan Sampel Penelitian 54
1. Populasi Penelitian 54
2. Sampel Penelitian 55
F. Metode Pengumpulan Data 56
G. Metode Analisis Data 57
1. Statistik Deskriptif 57
2. Kelebihan dan Kekurangan Structural Equation Modeling 57
3. Partial Least Squares 58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 63
A. Analisis Deskriptif 63
1. Gambaran Umum Objek Penelitian 63
2. Deskripsi Responden 64
3. Deskripsi Variabel 67
B. Uji Instrumen 73
1. Uji Validitas 73
2. Uji Reliabilitas 81
C. Analisis *Partial Least Square* 83
1. Hasil Pengujian Model Struktural 83
D. Pembahasan Penelitian 86
1. Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Konsumen 86
2. Pengaruh *Brand Trust* terhadap Keputusan Konsumen 87
3. Pengaruh *Sustainable Marketing* terhadap Keputusan Konsumen 89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 91
A. Kesimpulan 91
B. Saran 92
DAFTAR PUSTAKA 94
LAMPIRAN 99

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	*Pra-Survey*	9
2.1.	Penelitian Terdahulu	39
3.1.	Variabel Operasional	52
3.2.	Pengukuran Skala Likert	53
3.3.	Syarat Uji Validitas	59
3.4.	Syarat Uji Reliabilitas	60
3.5.	Syarat Uji R-square	60
3.6.	Syarat Uji F-square	61
3.7.	Syarat Uji Q-square	61
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	66
4.4.	Deskripsi Variabel Keputusan Konsumen (Y)	67
4.5.	Deskripsi Variabel *Electronic Word of Mouth* (X1)	68
4 6.	Deskripsi Variabel *Brand Trust* (X2)	70
4.7.	Deskripsi Variabel *Sustainable Marketing* (X3)	72
4.8.	Hasil Uji *Convergent Validity*	74
4.9.	Hasil Uji *Discriminant Validity (Cross Loading)*	77
4 10.	Hasil Uji *Average Variance Extracted*	79
4.11.	Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion	80
4.12.	Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlation (HTMT)	81
4.13.	Hasil Uji Reliabilitas (Composite Reliability)	82
4.14.	Hasil Uji R-Square	83
4.15.	Hasil Uji Q-Square	84
4.16.	Hasil Uji Hipotesis	86

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1.	Persentase Minat Belajar Siswa 2024	4
1.2.	Grafik Siswa KBEC	5
2.1.	Model Perilaku Konsumen	18
2.2.	Tahapan dalam proses keputusan pembelian	36
2.3.	Rerangka Konseptual	47
4.1.	*Outer Model (PLS-SEM Algorithm)*	75
4.2.	Hasil Uji Hipotesis Bootstrapping	85

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kusioner Penelitian..... 99
Lampiran 2. Pra-Survey 100
Lampiran 3. Hasil Kuesioner Penelitian 106
Lampiran 4. Deskripsi Responden 118
Lampiran 5. Hasil Uji Deskriptif Variabel 119
Lampiran 6. Hasil Output PLS..... 123
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis (Boostrapping) 128
Lampiran 8. CV..... 129
Lampiran 9. Bukti Bimbingan..... 130

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id