

### **ABSTRACT**

*The purpose of this paper is to know about how online promotion, perceived price and brand image towards the decision to join the employee degree programme of Universitas Mercu Buana. The populations are all active students at Employee Degree Program which accessing internet daily both in Graduate and Undergraduate programs. The sample on this research is 250 students according to the theory put forward by Malhotra (2005). The research method used is descriptive analysis by gathering data from the library, observation and questionnaire. From this research it is known that there is an increase of new student on employee degree program Universitas Mercu Buana significantly affected by good perceived quality, the advantage of brand also affects the behavioral after they joined as students. Search engine optimization to lure the interest to join the employee degree program.*

*Keywords: Perceived Price, Online Promotion, Brand Image, Employee degree program.*



## ABSTRAK

Tesis ini bertujuan untuk mengetahui kuat pengaruh promosi *online*, persepsi biaya dan citra merek terhadap keputusan kuliah pada program kelas karyawan Universitas Mercu Buana. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program kelas karyawan Strata 1 dan Strata 2 yang merupakan pengguna internet. Sample yang diambil sebanyak 250 mahasiswa sesuai dengan teori yang dikemukakan Malhotra (2005). Metoda yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi dan pengambilan data kuisisioner. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa peningkatan mahasiswa baru pada program kelas karyawan UMB banyak dipengaruhi faktor biaya yang sesuai manfaat, kemudian juga disebabkan keunggulan asosiasi merek yang menyebabkan pengaruh pada perilaku pasca menjadi mahasiswa. optimasi pencarian memancing minat berkuliah pada fase pengenalan kebutuhan.

Kata kunci: Promosi *Online*, Persepsi Biaya, Citra merek, Program kelas karyawan

