

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERSONAL SELLING* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PENDAFTARAN MAHASISWA BARU UNIVERSITAS
MERCU BUANA JAKARTA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Asih Kurniawati

NIM : 43119120071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERSONAL SELLING* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PENDAFTARAN MAHASISWA BARU UNIVERSITAS
MERCU BUANA JAKARTA**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana



Nama : Asih Kurniawati

NIM : 43119120071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Asih Kurniawati

NIM : 43119120071

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya diri sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan nara sumber sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplak).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 03 Juli 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Asih Kurniawati

NIM: 43119120071

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Asih Kurniawati
NIM : 43119120071
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Personal Selling dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pendaftaran Mahasiswa Baru Universitas Mercu Buana Jakarta
Tanggal Sidang : 24 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 04244278



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, *Personal Selling*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pendaftaran mahasiswa baru Universitas Mercu Buana Jakarta. Objek penelitian ini adalah kalangan mahasiswa aktif Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini dilakukan terhadap 370 responden dengan menggunakan desain konklusif dengan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pendaftaran, sedangkan *Personal Selling* dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pendaftaran.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Personal Selling*, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pendaftaran.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Personal Selling, and Electronic Word of Mouth on new student enrollment decisions at Mercu Buana University Jakarta. The research subjects are active students at Mercu Buana University Jakarta. The study was conducted with 370 respondents using a conclusive design with a quantitative method. Data collection was done through a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The approach used in this study is Structural Equation Modeling (SEM) with Smart-PLS as the analysis tool. The results of the study show that the Brand image variable has a positive but not significant influence on enrollment decisions, while Personal Selling and Electronic Word of Mouth have a positive and significant influence on enrollment decisions.

Keywords: Brand Image, Personal Selling, Electronic Word of Mouth, Enrollment Decision.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Image, Personal Selling Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pendaftaran Mahasiswa Baru Universitas Mercu Buana Jakarta*”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari adanya keterbatasan, dan ketidak sempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih banyak untuk bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya, ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya penelitian ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Ardiansyah M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dudi Permana, MM, Ph.D. Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.

5. Orang Tua yang sangat penulis cintai dan sayangi yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
6. Serta untuk teman-teman seperjuangan Mercuru Buana dan Teman kerja yang selalu memberi support.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih

Jakarta, 9 Mei 2024

Asih Kurniawati



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|----------------------------------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 10 |
| C. Tujuan Penelitian | 11 |
| D. Manfaat Penelitian | 11 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 13 |
| A. Kajian Pustaka | 13 |
| 1. Perilaku Konsumen | 13 |
| 2. Keputusan Pembelian | 14 |
| a. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian | 14 |
| 3. Manajemen Pemasaran | 16 |
| 4. Strategi <i>Branding</i> | 17 |
| 5. <i>Brand Image</i> | 18 |
| a. Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i> | 19 |
| 6. <i>Personal Selling</i> | 20 |
| a. Dimensi dan Indikator <i>Personal Selling</i> | 21 |
| 7. <i>Electronic Word of Mouth</i> | 22 |
| a. Dimensi dan Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> | 23 |
| B. Penelitian Terdahulu | 24 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| C. Pengembangan Hipotesis Antar Variabel | 27 |
| 1. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Keputusan Pendaftaran. | 27 |
| 2. Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Pendaftaran. | 28 |
| 3. Pengaruh <i>E-Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pendaftaran. | 29 |
| D. Kerangka Penelitian | 30 |
| E. Hipotesis Penelitian | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 32 |
| B. Desain Penelitian | 32 |
| C. Definisi dan Operasional Variabel | 33 |
| D. Skala Pengukuran Variabel | 37 |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian | 38 |
| F. Metode Pengumpulan Data | 40 |
| G. Metode Analisis Data | 41 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 48 |
| A. Analisis Deskriptif | 48 |
| 1. Gambaran Umum Obyek Penelitian | 48 |
| 2. Deskripsi Responden | 49 |
| a. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| b. Deskripsi Responden berdasarkan Usia | 50 |
| c. Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas | 51 |
| 3. Deskripsi Variabel | 52 |
| a. Hasil Deskripsi Variabel <i>Brand image</i> (X1) | 52 |
| b. Hasil Deskripsi Variabel <i>Personal Selling</i> (X2) | 53 |
| c. Hasil Deskripsi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3) | 55 |
| d. Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pendaftaran (Y) | 56 |
| B. Analisis <i>Partial least Square</i> (PLS) | 58 |
| a. Evaluasi <i>Measurement</i> (Outer Model) | 58 |
| 1. Uji Validitas | 58 |
| 2. Uji Reabilitas | 66 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| c. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>) | 68 |
| 1. Hasil Pengujian Nilai <i>R-Square</i> | 69 |
| 2. Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> Model | 69 |
| 3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) | 70 |
| 4. Analisa Dan Pembahasan Hasil Uji Hipotesis | 73 |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian | 74 |
| 1. Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pendaftaran | 75 |
| 2. Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pendaftaran | 76 |
| 3. Pengaruh <i>E-Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pendaftaran | 77 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 78 |
| A. Simpulan | 78 |
| B. Saran | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |
| LAMPIRAN | 85 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul | Halaman |
|-------|-----------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. 1 | Jumlah Mahasiswa di Jakarta 2019-2021 | 3 |
| 1. 2 | Daftar 10 Kampus Swasta Terbaik di Jakarta | 4 |
| 1. 3 | Hasil Pra Survey | 8 |
| 2. 1 | Penelitian Terdahulu | 24 |
| 3. 1 | Operasionalisasi Variabel | 35 |
| 3. 2 | Skala Pengukuran Likert | 38 |
| 4. 1 | Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| 4. 2 | Jumlah Responden berdasarkan Usia | 50 |
| 4. 3 | Jumlah Responden Berdasarkan Fakultas | 51 |
| 4. 4 | Deskripsi Variabel <i>Brand image</i> (X1) | 52 |
| 4. 5 | Deskripsi Variabel <i>Personal Selling</i> (X2) | 53 |
| 4. 6 | Deskripsi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3) | 55 |
| 4. 7 | Deskripsi Variabel Keputusan Pendaftaran (Y) | 56 |
| 4. 8 | Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> | 59 |
| 4. 9 | Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) | 61 |
| 4. 10 | Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>) | 63 |
| 4. 11 | Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) | 65 |
| 4. 12 | Hasil Uji <i>Discriminant Validity-Fornell Larcker Criterion</i> | 66 |
| 4. 13 | Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> | 67 |
| 4. 14 | Hasil Uji <i>Composite reliability</i> | 68 |
| 4. 15 | Hasil Uji Nilai R-Square | 69 |
| 4. 16 | Nilai <i>Predictive-Relevance</i> (Q ²) | 70 |
| 4. 17 | Hasil Pengujian Hipotesis | 71 |

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul | Halaman |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. 1 | Penduduk Indonesia Usia 15 Tahun ke Atas Berdasarkan Pendidikan yang Ditamatkan (Maret 2023) | 3 |
| 1. 2 | Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Mercu Buana TA 2019/2023 | 6 |
| 2. 1 | Kerangka Konseptual | 30 |
| 4. 1 | Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> | 59 |
| 4. 2 | Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) | 61 |
| 4. 3 | Hasil Uji <i>Boostrapping</i> | 71 |



DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul | Halaman |
|----------|--------------------------------------|---------|
| 1 | Kuesioner Penelitian | 85 |
| 2 | Analisis Partial Least <i>Square</i> | 91 |

