

**PENGARUH EKUITAS MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN PROMOSI
MULUT KE MULUT TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA
MEMILIH KULIAH DI ITB AHMAD DAHLAN JAKARTA**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Pada
Program Studi Manajemen



ZAHRA RENATA ROHALIA

NIM : 2061201045

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek, Persepsi Kualitas dan Promosi Mulut ke Mulut terhadap Keputusan Mahasiswa memilih kuliah di ITB Ahmad Dahlan Jakarta

Nama : Zahra Renata Rohalia

NIM : 2061201045

Prodi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diujikan pada tanggal 6 September 2024

Pembimbing



Tito Siswanto SE., MM.
NIDN: 0305108704

Penguji



Dr. Pitri Yandri SE., MM.
NIDN: 0304077902

Ketua Program Studi Manajemen



Ayi Muhyidin S.E., M.M.
NIDN: 0304019004

Wakil Rektor I Bidang Akademik



Dr. Eng Saiful Anwar S.E., A.K.,
M. Si., CA.
NIDN: 0319047704

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek, Persepsi Kualitas dan Promosi Mulut ke Mulut terhadap Keputusan Mahasiswa memilih kuliah Di ITB Ahmad Dahlan Jakarta” merupakan karya saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing yang belum diajukan dalam bentuk apapun dan kepeguruan tinggi manapun. Sumber yang dikutip atau informasi yang didapat dari karya yang diterbitkan dari penulis lain, telah disebutkan dalam teks dan telah dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini. Jika kemudian hari ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Jakarta, 01 Juni 2024



Zahra Renata Rohalia

2061201045

KATA PERSEMBAHAN

Segala puji serta syukur saya panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan yang diberikan dalam penyusunan penelitian ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang terlibat atau membantu dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu saya persembahkan kepada:

1. Pintu surgaku Ibunda Siti Rohmah, terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan atas segala bentuk do'a, bentuk perhatian, bentuk dukungan serta senantiasa memberikan semangat yang beliau berikan kepada penulis, terima kasih karna beliau penguat paling hebat.
2. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Muflikhun terima kasih atas segala pengorbanan, perjuangan serta cinta kasih yang terus mengalir. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu memberikan yang terbaik untuk penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga selesai.
3. Adik tercintaku Naufalyn Alesha Rabbani, terima kasih penulis ucapkan karena telah menjadi satu-satunya alasan penulis untuk tetap semangat dan kuat dalam menghadapi situasi apapun termasuk menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Tak luput ucapan terima kasih kepada Adik pertama dan kedua penulis yakni Muhammad Kamal Mufit dan Askanah Zakia Ifat terima kasih telah memberikan semangat serta dukungan pada penulis.
4. Kepada Ahmad Royhan Alimahsa, terima kasih telah memberikan semangat, menemani serta menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah untuk dilewati selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih selalu mendengarkan keluh dan kesah penulis, berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini serta memberikan dukungan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
5. Kepada teman terdekat Selviani Safitri dan Siti Masitoh yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, dukungan serta do'a. Dan juga teman seperjuangan yakni Angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

namanya, yang telah memberikan motivasi untuk selalu semangat dan kuat dalam menyelesaikan penelitian ini hingga selesai.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran yang maha kuasa Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat serta karunia-Nya sehingga penulis bisa mencapai titik ini dan dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelulusan Pendidikan S1 selama 4 tahun. Judul yang diambil sesuai dengan konsentrasi, yaitu manajemen pemasaran. Dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek, Persepsi Kualitas dan Promosi Mulut ke Mulut terhadap Keputusan Mahasiswa memilih kuliah di ITB Ahmad Dahlan Jakarta”. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Tito Siswanto S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan serta pengarahan dan memberikan semangat untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Tito Siswanto S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak Dr. Pitri Yandri, S.E., M.S.i selaku Dosen Penguji Skripsi.
4. Bapak Ayi Muhyidin S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam penyusunan ini. Akhir kata, penulis berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat

Jakarta, 01 Juni 2024

Zahra Renata Rohalia

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	
KATA PERSEMBAHAN.....	2
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK.....	
ABSTRACT.....	
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR TABEL.....	11
BAB I PENDAHULUAN.....	12
1.1 Latar Belakang	12
1.2 Batasan Masalah.....	17
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	20
2.1 Tinjauan Pustaka	20
2.1.1 Manajemen Pemasaran	20
2.1.2 Pengertian Ekuitas Merek	21
2.1.3 Manfaat Ekuitas Merek.....	21
2.1.4 Tujuan Ekuitas Merek.....	22
2.1.5 Indikator Ekuitas Merek	23
2.1.6 Pengertian Persepsi Kualitas.....	24
2.1.7 Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi kualitas.....	24
2.1.8 Indikator Persepsi Kualitas	25
2.1.9 Pengertian Promosi Mulut ke Mulut.....	25

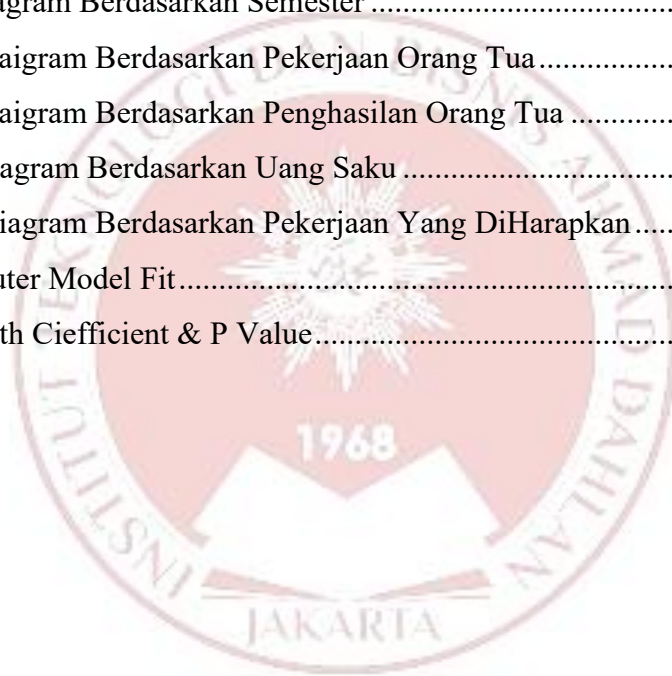
2.1.10 Manfaat Promosi Mulut ke Mulut	26
2.1.11 Indikator Promosi Mulut ke Mulut	27
2.1.12 Pengertian Keputusan Pembelian	27
2.1.13 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	28
2.1.14 Tahap Pengambilan Keputusan	29
2.1.15 Indikator Keputusan Pembelian	31
2.1.16 Penelitian terdahulu	31
2.2 Kerangka pemikiran	33
2.3 Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Objek dan Waktu Penelitian	37
3.3 Variabel Penelitian	38
3.3.1 Variabel Bebas	38
3.3.2 Variabel Terikat	38
3.4 Operasional Variabel	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	40
3.6.1 Populasi	40
3.6.2 Sampel	40
3.6.3 Skala Likert	42
3.6.4 Penelitian Lapangan (Field Research)	42
3.6.5 Penelitian Keputakaan (<i>Library Research</i>)	42
3.7 Teknik Analisis Data	42
3.7.1 Metode SEM-PLS	42
3.7.2 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek	45
4.1.1 Profil Perusahaan	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	45

4.1.3 Lokasi Perusahaan	46
4.1.4 Logo Perusahaan.....	47
4.1.5 Produk Perusahaan.....	47
4.1.6 Struktur Organisasi	47
4.2 Deskripsi Data	48
4.2.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2.2 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden	56
4.3 Uji dan Analisis Data serta Interpretasi Hasil	56
4.3.1 Uji Kelayakan Model.....	67
4.4 Uji Hipotesis.....	67
4.5 Interpretasi Hasil	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 2. Logo ITB Ahmad Dahlan Jakarta	36
Gambar 3. Struktur Organisasi ITB Ahmad Dahlan Jakarta.....	37
Gambar 4. Diagram Jenis Kelamin	38
Gambar 5. Diagram Berdasarkan Usia.....	39
Gambar 6. Diagram Berdasarkan Domisili	49
Gambar 7. Diagram Berdasarkan Fakultas	40
Gambar 8. Diagram Berdasarkan Program Studi.....	41
Gambar 9. Diagram Berdasarkan Semester	42
Gambar 10. Daigram Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua.....	42
Gambar 11. Daigram Berdasarkan Penghasilan Orang Tua	43
Gambra 12 Diagram Berdasarkan Uang Saku	44
Gambar 13. Diagram Berdasarkan Pekerjaan Yang DiHarapkan.....	44
Gambar 14 Outer Model Fit.....	58
Gambar 15 Path Ciefficient & P Value.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden indikator Kualitas Merek	45
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden indikator Asosiasi Merek	46
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden indikator Loyalitas Merek.....	47
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden indikator Kesadaran Merek.....	47
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden indikator Kinerja.....	48
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden indikator Kesesuaian.....	48
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden indikator Ketahanan.....	49
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden indikator Keandalan.....	50
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden indikator Pembicara	50
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden indikator Topik	51
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden indikator Alat	52
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden indikator Partisipasi	52
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden indikator Pengawasan	53
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden indikator Kebutuhan	53
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden indikator Manfaat Produk	54
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden indikator Ketepatan	55
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden indikator Pembelian Ulang	55
Tabel 4.18 Hasil Tahap Outer Loading.....	57
Tabel 4.19 Hasil Construct Reliability & Validity.....	58
Tabel 4.20 Average Variabel Extracted	60
Tabel 4.21 Hasil Analisis Patch Coefficient.....	61
Tabel 4.22 Hasil Analisis Nilai T-Statistik dan P-Values.....	63
Tabel 4.23 Hasil Analisis R-Square dan adjusted R-Square	63