

**ANALISIS *BRAND IMAGE* DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI
SWASTA DENGAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MODERATING**



TESIS

NOVRI WULANDARI

MANAJEMEN PEMASARAN

222510022

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN-S2

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS BINA DARMA

PALEMBANG

2024

**ANALISIS *BRAND IMAGE* DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI
SWASTA DENGAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MODERATING**



**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar**

MAGISTER MANAJEMEN

NOVRI WULANDARI

MANAJEMEN PEMASARAN

222510022

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN-S2
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG**

2024

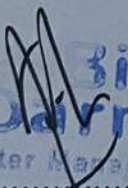
Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis

Judul Tesis: ANALISIS BRAND IMAGE DAN SOCIAL INFLUENCE
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH
PERGURUAN TINGGI SWASTA DENGAN DIGITAL
MARKETING SEBAGAI MODERATING

Oleh NOVRI WULANDARI, Nim 22510022, Tesis ini telah disetujui dan disahkan
oleh Pembimbing Program Studi Manajemen-S2 konsentrasi MANAJEMEN
PEMASARAN, Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 9 September
2024 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 9 September 2024

Mengetahui,
Program Studi Manajemen- S2
Universitas Bina Darma
Ketua,

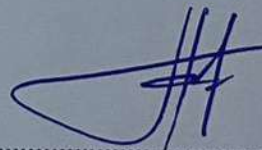


Universitas Bina
Darma
Magister Manajemen

.....
Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Pembimbing :

Pembimbing,



.....
Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si.

Halaman Pengesahan Penguji Tesis

Judul Tesis: ANALISIS BRAND IMAGE DAN SOCIAL INFLUENCE
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH
PERGURUAN TINGGI SWASTA DENGAN DIGITAL
MARKETING SEBAGAI MODERATING

Oleh NOVRI WULANDARI, Nim 222510022, Tesis ini telah disetujui dan
disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Manajemen-S2 konsentrasi
MANAJEMEN PEMASARAN , Program Pascasarjana Universitas Bina Darma
pada 9 September 2024 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 9 September 2024

Mengetahui,

Program Pascasarjana
Universitas Bina Darma
Direktur,



Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, MSc.

Tim Penguji :

Penguji I ,

Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si.

Penguji II,

Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Penguji III,

Dr. Trisninawati, S.E., M.M.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novri Wulandari

NIM : 222510022

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis Saya Tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik Magister di Universitas Bina Darma;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian Saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar pustaka;
4. Karena yakin dengan keaslian karya tulis ini, Saya menyatakan bersedia Tesis , yang Saya hasilkan di unggah ke internet;
5. Surat pernyataan ini Saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 17 September 2024



Novri Wulandari
NIM: 222510022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan *social influence* terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta, dengan digital marketing sebagai variabel moderasi. Dalam era digital saat ini, perguruan tinggi swasta semakin memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik mereka. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei pada calon mahasiswa sebagai responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengidentifikasi hubungan antara *brand image*, *social influence*, dan keputusan mahasiswa, serta peran digital marketing dalam memperkuat atau memoderasi hubungan tersebut. Hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan mengenai bagaimana *brand image* dan pengaruh sosial mempengaruhi keputusan pemilihan perguruan tinggi, serta bagaimana digital marketing dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran perguruan tinggi swasta. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengelola perguruan tinggi swasta dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan serta preferensi mahasiswa calon mahasiswa. Berdasarkan analisis terhadap variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa yaitu *brand image*, digital marketing dan *social influence*.

Kata Kunci: *Brand Image*; Digital Marketing; *Social Influence*; Keputusan Mahasiswa.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image and social influence on students' decisions in choosing private universities, with digital marketing as a moderating variable. In today's digital era, private universities are increasingly utilizing digital marketing to increase their visibility and attractiveness. This study uses a quantitative method with a survey of prospective students as respondents. The collected data were analyzed using multiple regression analysis techniques to identify the relationship between brand image, social influence, and student decisions, as well as the role of digital marketing in strengthening or moderating these relationships. The results of the study are expected to provide insight into how brand image and social influence influence college selection decisions, as well as how digital marketing can be utilized to increase the effectiveness of private university marketing strategies. This study can contribute to private university managers in formulating more effective marketing strategies that are relevant to the needs and preferences of prospective students. Based on the analysis of variables that have a significant influence on student decisions, namely brand image, digital marketing and social influence.

Keywords: Brand Image; Digital Marketing; Social Influence; Student Decisions

MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN

Kesuksesan bukan dilihat dari hasilnya, tetapi di lihat dari prosesnya
Karena “hasil” bisa di rekayasa dan di beli Sedangkan “proses” selalu jujur
menggambarkan diri kita sebenarnya

**Dengan mengucapkan puji syukur
kepada Allah SWT serta Shalawat
dan salam untuk Nabi Muhammad
SAW, Kupersembahkan Tesis ini
untuk :**

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta
yang selalu memberikan motivasi
dalam hidupku.
2. Saudara -Saudara tersayang yang
mengharapkan keberhasilanku.
3. Sahabatku – sahabatku yang selalu
memberikan dukungan dan
semangat.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia serta kasih sayang sehingga penyusunan tesis ini dapat diselesaikan dengan lancar. Adapun penyusunan tesis ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Magister Manajemen Universitas Bina Darma Palembang,

Dalam penyusunan tesis ini banyak pihak yang ikut membantu penulis, maka untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya terutama kepada:

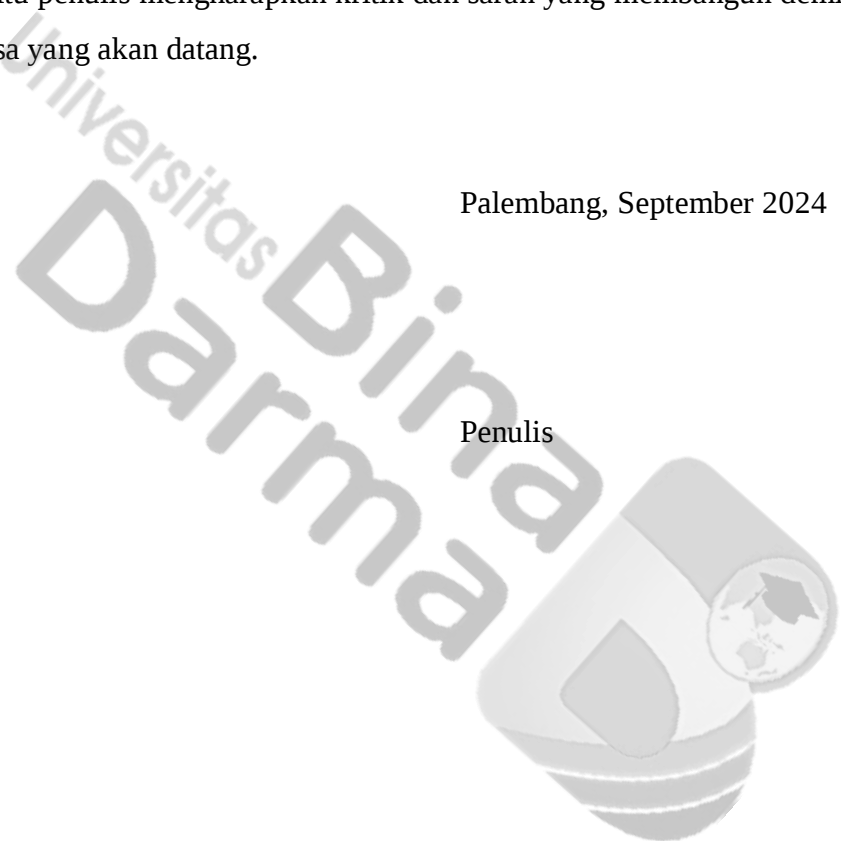
1. Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, MSc selaku Direktur Pascasarjana Universitas Bina Darma Palembang.
3. Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M. CMA selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Bina Darma Palembang.
4. Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.
5. Segenap Dosen dan Staf Administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Bina Darma Palembang.
6. Rekan-rekan satu almamater yang tercinta terutama angkatan 41 kelas reguler B.
7. Rekan-rekan mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah, Universitas PGRI, Universitas Bina Darma, Universitas Indo Global Mandiri, Universitas Katolik Musi Charitas Palembang yang telah berpartisipasi sebagai responden pada penelitian ini
8. Orang tuaku tercinta, papa dan mama yang telah memberikan cinta kasih, telah mendukungku selama ini dan selalu memanjatkan doa yang tiada henti untuk kesuksesanku.
9. Kakak dan Ayukku tersayang. Terimakasih atas dukungan dan doa, serta menjadi penyemangatku

10. Sahabatku (Padel Mohammad Agam dan Widya Cahya Kusuma)
terimakasih yang tak terhingga atas semua dukungan, pertolongan dan
selalu memberikann support selama ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam penyusunan tesis
ini, maka untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi
perbaikan di masa yang akan datang.

Palembang, September 2024

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis	iii
Halaman Pengesahan Penguji Tesis.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACK	vii
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. <i>Service Dominant Logic</i> (SDL)	8
2.2. Strategi Pemasaran.....	9
2.3. Digital Marketing.....	11

2.4. <i>Brand Image</i>	16
2.5. <i>Social Influence</i>	20
2.6. Pengambilan Keputusan.....	22
2.7. Penelitian Terdahulu	25
2.8. Kerangka Berpikir	28
2.9. Hubungan Antar Variabel	28
2.10. Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	33
3.2 Definisi Operasional	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Demografi Responden.....	43
4.2 Analisis Deskriptif.....	44
4.3 Uji Outer Model	46
4.4 Inner Model.....	51
4.5 Pembahasan dan Implikasi	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	66
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	34
Tabel 3.2 Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Demografi Responden.....	43
Tabel 4.2 Rata-Rata Hasil Kuisisioner.....	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Loading Factor.....	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas Variabel Laten.....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Konvergen Diskriminan.....	51
Tabel 4.7 Hasil Path Coefficients.....	52
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	53
Tabel 4.9 Uji Coefficients Of Determination.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	28
Gambar 2.1 Hipotesis.....	31
Gambar 4.1 Outer Model.....	47
Gambar 4.1 Outer Model Baru	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing	67
Lampiran 2 Artikel Jurnal	68
Lampiran 3 Lembar Konsultasi Tesis, Hasil dan Proposal.....	69
Lampiran 4 Lembar Perbaikan Tesis	72
Lampiran 4 Lembar Perbaikan Tesis	73
Lampiran 5 Tabulasi Responden Kuesioner	74

