

**PENGARUH *WORD OF MOUTH (WOM)* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN CALON MAHASISWA MELANJUTKAN
STUDI DI PERGURUAN TINGGI**

(Survei pada siswa kelas XII SMA Negeri Sekecamatan Tanah Putih)

OLEH

NILA ERNASARI

146811369

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri Sekecamatan Tanah putih dengan tujuan untuk memperoleh informasi mengenai Pengaruh *Word Of Mouth (Wom)* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi (Survei pada siswa kelas XII SMA Negeri Sekecamatan Tanah Putih). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2018. Subjek dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 1 Tanah Putih, SMA Negeri 2 Tanah Putih, SMA Negeri 3 Tanah Putih, SMA Negeri 4 Tanah Putih, dan SMA Negeri 5 Tanah Putih dengan populasi sebanyak 577 siswa dan sampel berjumlah 236 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dan teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah angket.

Dalam penelitian ini dilakukan uji instrumen, analisis regresi linear berganda serta uji hipotesis dengan taraf signifikan 0,05 (5%). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan reresi, yaitu: $Y = 6,253 + 0,238X_1 + 0,435X_2$. Dalam uji simultan diperoleh $f_{hitung} = 39,312$ dan tingkat probabilitas signifikan 0,000 dan nilai probability 0,05. Besarnya Pengaruh *Word Of Mouth (Wom)* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi mencapai 25,2%. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh *Word Of Mouth (Wom)* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi (Survei pada siswa kelas XII SMA Negeri Sekecamatan Tanah Putih)

Kata Kunci : Word Of Mouth (X1) Brand Image (X2), Keputusan Calon Mahasiswa (Y)