

## **SKRIPSI**

### **ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN 2024)**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Indo Global Mandiri



**Disusun oleh :**

Nama : Siti Aminah  
NPM : 2021510120

**Dosen Pembimbing :**

Pembimbing I : Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si  
Pembimbing II : Yeni, SE., M.Si

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI  
FAKULTAS EKONOMI  
TAHUN 2025**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Brand Image* dan Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih Universitas Indo Global Mandiri (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2024)

Nama : Siti Aminah

NPM : 2021510120

Program Studi : Manajemen

Pembimbing I : Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si

Pembimbing II : Yeni, SE., M.Si

Tanggal Ujian Skripsi : 14 Februari 2025

Palembang, 20 Februari 2025

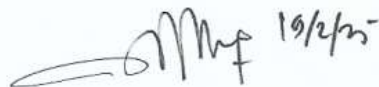
Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si  
NIDN. 0225047302

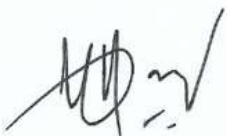
Pembimbing II,



Yeni, SE., M.Si  
NIDN. 0204017801

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si  
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D  
NIDN. 0208048701

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Brand Image* dan Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih Universitas Indo Global Mandiri (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2024)  
Nama : Siti Aminah  
NPM : 2021510120  
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

### Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,


Ketua Penguji :

  
Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si  
NIDN. 0225047302

Penguji I :

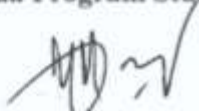
  
Drs. H. Hamid Halin., M. Si  
NIDK. 8979490024

Penguji II :

  
Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA  
NIDN. 0225058402

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen

  
Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si  
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D  
NIDN. 0208048701

## LEMBAR REVISI

Nama : Siti Aminah  
NPM : 2021510120  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Brand Image* dan Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih Universitas Indo Global Mandiri (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2024)

Ketua Penguji :



Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si  
NIDN. 0225047302

Penguji I :



Drs. H. Hamid Halin., M. Si  
NIDK. 8979490024

Penguji II :



Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA  
NIDN. 0225058402

Palembang, 20 Februari 2025  
Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si  
NIDN. 0202067802

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Aminah  
NPM : 2021510120  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 25 Februari 2025



Siti Aminah  
NPM. 2021510120

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image dan Media Sosial Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri (Mahasiswa Angkatan 2024 FE UIGM)”. Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. H. Marzuki Alie, S.E., M.M., Ph.D. selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang
2. Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing kesatu. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi
5. Yeni, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis
7. Seluruh staf administrasi, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini
8. Kedua orang tuaku tercinta Abah M. Admin dan Emak Agustina terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa setiap keringat yang tak terhingga hingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan meraih cita-cita
9. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Siti Aminah terima kasih atas segala kerja keras dan semangatnya yang tidak menyerah dalam mengerjakan tugas akhir meskipun dilanda berbagai permasalahan, kesehatan, pemikiran. And finally, You did it? Yes, I did! Thanks to my self!

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, Desember 2024  
Penyusun,

Siti Aminah

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Electronic Word of Mouth (e-Wom)*, *Brand Image* dan Media Sosial terhadap keputusan mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri, dengan fokus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan Tahun 2024. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi penelitian adalah mahasiswa dari fakultas tersebut. Sampel penelitian berjumlah 140 responden yang dipilih melalui teknik *probability sampling*. Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis linear berganda, menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Pengujian data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik seperti normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *Electronic Word of Mouth (e-Wom)*, *Brand Image* dan Media Sosial masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Universitas Indo Global Mandiri. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap Keputusan Memilih Universitas Indo Global Mandiri. Penelitian ini menerangkan bahwa strategi pengelolaan *Electronic Word of Mouth (e-Wom)*, peningkatan *Brand Image* serta optimalisasi penggunaan Media Sosial dapat menjadi faktor utama dalam menarik minat mahasiswa baru, khususnya di Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

**Kata Kunci:** *Electronic Word of Mouth; (e-Wom); Brand Image; Media Sosial; Keputusan Mahasiswa; Keputusan Memilih*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze how the influence of Electronic Word of Mouth (e-Wom), Brand Image, and Social Media on the decisions of Indo Global Mandiri University students, with a focus on the students of the Faculty of Economics class of 2024. The research method uses a quantitative approach, with the research population being students from the faculty. The research sample amounted to 140 respondents who were selected through probability sampling techniques. The data obtained in this study used observations, interviews, questionnaires, and documentation. Multiple linear analysis technique, using SPSS software version 25. Data testing includes validity tests, reliability tests, and classical assumption tests such as normality, heteroscedasticity, and multicollinearity. The results of the study showed that partially, the variables Electronic Word of Mouth (e-Wom), Brand Image and Social Media each had a positive and significant effect on the decision to choose Indo Global Mandiri University. Simultaneously, these three variables have a positive and significant effect simultaneously on the Decision to Choose Indo Global Mandiri University. This study explains that the management strategy of Electronic Word of Mouth (e-Wom), improving Brand Image and optimizing the use of Social Media can be the main factors in attracting new students, especially at the Faculty of Economics, Indo Global Mandiri University.*

**Keywords:** *Electronic Word of Mouth; (e-Wom); Brand Image; Social Media; Student Decisions; Decision to Choose*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR REVISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2. Manfaat Praktis .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1. Teori Tindakan Beralasan ( <i>Theory of Reasoned Action</i> ).....	14
2.2. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	16
2.2.1. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	16
2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	16
2.2.3. Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	17
2.2.4. Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	18
2.3. <i>Brand Image</i> .....	19
2.3.1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	19
2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	20
2.3.3. Dimensi <i>Brand Image</i> .....	21
2.3.4. Indikator <i>Brand Image</i> .....	21
2.4. Media Sosial .....	23
2.4.1. Pengertian Media Sosial .....	23
2.4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Media Sosial .....	24
2.4.3. Dimensi Media Sosial .....	25
2.4.4. Indikator Media Sosial.....	26
2.5. Keputusan Memilih .....	27
2.5.1. Pengertian Keputusan Memilih.....	27
2.5.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Memilih .....	28
2.5.3. Dimensi Keputusan Memilih .....	29
2.5.4. Indikator Keputusan Memilih .....	30
2.6. Penelitian Terdahulu .....	31
2.7. Kerangka Pemikiran .....	36
2.8. Hipotesis .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>

3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....	39
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.1. Jenis Data.....	40
3.3.2. Sumber Data.....	40
3.4. Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1. Populasi.....	41
3.4.2. Sampel .....	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.6. Teknik Analisis.....	44
3.6.1. Uji Kualitas Data.....	44
3.6.1.1. Uji Validitas .....	44
3.6.1.2. Uji Realibilitas .....	45
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.2.1. Uji Normalitas .....	45
3.6.2.2. Uji Heteroskedastisitas .....	46
3.6.2.3. Uji Multikolinearitas .....	46
3.6.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.6.4. Uji Hipotesis .....	47
3.6.4.1. Uji Parsial (Uji t).....	47
3.6.4.2. Uji Simultan (Uji F) .....	48
3.6.4.3. Uji Koefisien Korelasi (Uji R) .....	49
3.6.4.4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
3.7. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	50
3.7.1. Definisi Operasional .....	50
3.7.2. Pengukuran Variabel.....	51

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 52**

4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	52
4.2. Hasil Penelitian.....	55
4.2.1. Karakteristik Responden.....	55
4.2.2. Uji Kualitas Data.....	57
4.2.2.1. Uji Validitas .....	57
4.2.2.2. Uji Reliabilitas .....	59
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	59
4.2.3.1. Uji Normalitas .....	59
4.2.3.2. Uji Heteroskedastisitas .....	62
4.2.3.3. Uji Multikoloniearitas .....	62
4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.2.5. Uji Hipotesis .....	65
4.2.5.1. Uji Parsial (Uji t).....	65
4.2.5.2. Uji Simultan (Uji F) .....	67
4.2.5.3. Uji Koefisien Korelasi (Uji R) .....	68
4.2.5.4. Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	70
4.3. Pembahasan .....	71
4.3.1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Memilih.....	71
4.3.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Memilih.....	73
4.3.3. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih.....	75
4.3.4. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth, Brand Image</i> dan Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih.....	77

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
5.1. Kesimpulan .....	79
5.2. Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Mahasiswa UIGM Tahun 2024 .....	4
Tabel 1. 2 Data Jumlah Mahasiswa Baru di PTS Palembang .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3. 1 Populasi Fakultas Ekonomi UIGM Tahun 2024.....	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran Variabel.....	51
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Program Studi.....	56
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolonieritas .....	63
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	64
Tabel 4. 8 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	66
Tabel 4. 9 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	67
Tabel 4. 10 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien (R) .....	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Mahasiswa Indonesia (2012-2022).....	2
Gambar 1. 2 <i>Platform</i> Paling Banyak Digunakan, 2022.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	54
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	60
Gambar 4. 3 Grafik Normal P-Plot Residual .....	60
Gambar 4. 4 Grafik Normal Scatterplot.....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan .....	86
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian dari Fakultas.....	87
Lampiran 3 Surat Balasan Izin Penelitian dari Perusahaan .....	88
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 5 Hasil Tabulasi Data .....	95
Lampiran 6 Hasil Analisis Data.....	100
Lampiran 7 Bukti Hadir Seminar Proposal Skripsi.....	115
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian.....	116