

**“PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH BERKULIAH DI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG”
(STUDI KASUS TERHADAP MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MERDEKA MALANG)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: MANAJEMEN**



**Disusun Oleh:
SEKAR CENDANA WANGI
(19022000164)**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Sekar Cendana Wangi
Nomor Pokok : 19022000164
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Experiential Marketing* Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Berkuliah Di Universitas Merdeka Malang"

Malang, 26 Januari 2023

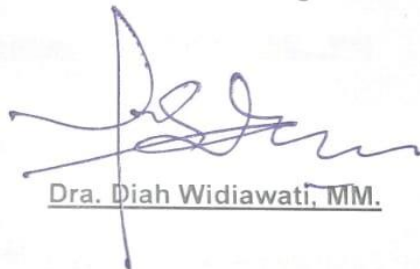
DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi Manajemen



M. Nur Singgih, SE., MM.

Dosen Pembimbing

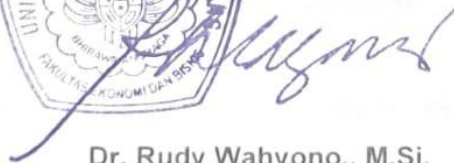


Dra. Diah Widiawati, MM.

Dekan



Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Rudy Wahyono., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

"PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH BERKULIAH DI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG"
(STUDI KASUS TERHADAP MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG)

Dipersiapkan dan disusun Oleh:

Sekar Cendana Wangi

19022000164

Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 18 Januari 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji


Dra. Diah Widiawati, MM

Sekretaris Penguji


Krisnawuri Handayani, SE., MM

Anggota Penguji


Dr. Tanto Gatot Sumarsono, MS

Skrripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 18 Januari 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang




Dr. Rudy Wahyono., MSi.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Sekar Cendana Wangi
Nomor Pokok : 19022000164
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran
Judul Skripsi : "Pengaruh *Word Of Mouth* (Wom) Dan
Experiential Marketing Terhadap Keputusan
Mahasiswa Memilih Berkuliah Di Universitas
Merdeka Malang"
(Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang)
Lokasi/Tempat yang diteliti : Universitas Merdeka Malang
Alamat Rumah Asal : Perumahan Puri Diponegoro, Blok, C.6, Kota Batu
No. Telp/HP : 08980488986

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi.

Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Malang, 18 Januari 2023


FD29AKX206466092
(Sekar Cendana Wangi)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Sekar Cendana Wangi
Nomor Pokok	: 19022000164
Universitas	: Universitas Merdeka Malang
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Tempat dan Tgl. Lahir	: Malang, 1 Februari 2001
Alamat	: Perumahan Puri Diponegoro, blok C.6 Kota Batu
Nama Orang Tua (Ayah)	: Rudi Hartana
(Ibu)	: Puji Prihati
Riwayat Pendidikan (2004-2006)	: TK Immanuel Batu
(2007-2013)	: SD Immanuel Batu
(2014-2016)	: SMP Immanuel Batu
(2017-2019)	: SMA Negeri 3 Batu

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esayang telah memberikan kasih anugerah, Kesehatan, kekuatan, dan berkah yang melimpah sehingga peneliti mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Pengaruh *Word Of Mouth (Wom)* Dan *Experiential Marketing* Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Berkuliah Di Universitas Merdeka Malang”** dengan baik dan tepat waktu.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana serta bentuk pertanggungjawaban akhir penulis sebagai mahasiswa jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang. Penulis menyadari masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, maka dari itu dengan segala kerendahan hati penulis berharap serta terbuka atas segala kritik dan saran dari berbagai pihak untuk dijadikan evaluasi sehingga dapat tercapai Tugas Akhir yang lebih baik.

Tugas Akhir ini dapat diselesaikan karena adanya rasa tanggung jawab dan tidak terlepas dari doa dan dukungan dari berbagai pihak. Mka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mebgucapkan terimkaasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menuntun, menyertai, dan memberikan kesempatan pada penulis untuk dapat berkuliah dengan baik dan sampai dengan pada tahap akhir.
2. Ibu Dra. Diah Widiawati, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, bersedia meluangkan waktu, dan dengan sabar membimbing saya hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Dr. Rudy Wahyono, SE., M.Si. selaku Ketua Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

4. Bapak Mohamad Nur Singgih, SE., MM. selaku ketua jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang
5. Bapak Dr. Tanto Gatot Sumarsono, MS dan Ibu Krisnawuri Handayani, SE., MM. selaku dosen penguji Tugas Akhir.
6. Bapak Drs. Ec Priyo Sudibyo, M.S. selaku dosen wali yang sejak awal perkuliahan telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen yang telah mendidik, membimbing, dan mendukung penulis selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
9. Kedua Orang tua saya (Papa Rudi dan Mama Puji) serta kakak dan koko saya (Lintang Pramesta Hartana dan Claudio Edo), beserta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa dan dukungan.
10. Sahabat Blackpink saya (Sela Stiyo Rini dan Nimal Maula) yang telah berjuang bersama-sama dengan saya sejak masa maba sampai tugas akhir ini.
11. Teman-teman saya (Rendy, Mamat, Balok, Rizki, Fale, Ardhi, Irman, Septian, Aini, dan Imanuela) yang telah berjuang bersama sampai tahap tugas akhir.
12. Teman-teman kelas D Sobat Uyun yang telah berjuang bersama dari masa awal perkuliahan sampai dengan tugas akhir ini.
13. Teman-teman dari semua jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang Angkatan 2019.
14. Saudara seiman saya dari Gereja Elohim (Putri, Vera, Pepe, Early, Akta, Deka, Apta) yang selalu mendukung dan mendoakan saya sampai tahap akhir ini.

15. Kakak Rohani dari Gereja Elohim (Kak Yosua, Kak Budi, dan Kak Grace) yang selalu mendukung dan mendoakan saya sampai tahap Tugas Akhir ini.

Bagi seluruh pihak yang Namanya tidal bisa saya sebut satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih atas seluruh doa dan dukungan serta mohon maaf atas segala perbuatan yang mungkin kurang berkenan. Semoga semua kebaikan yang telah diberikan dari berbagai pihak mendapat balasan yang setimpali Tuhan Yang Maha Esa, serta penulis senantiasa berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kedepannya. Amin.

Malang, 26 Januari 2023

Penulis,

Sekar Cendana Wangi

19022000164

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
HALAMAN SURAT KEASLIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4

BAB 2 LANDASAN TEORI

A. <i>Word Of Mouth</i>	6
1. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	6
2. <i>Word Of Mouth</i> Dalam Dunia Pemasaran.	7
3. <i>Sumber Word Of Mouth</i>	8
4. Karakteristik <i>Word Of Mouth</i>	9
5. <i>Sumber Word Of Mouth</i>	10
B. <i>Experiential Marketing</i>	10
1. Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	10
2. Indikator <i>Experiential Marketing</i>	11
3. Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	14
C. Pengambilan Keputusan.....	14
1. Pengertian Pengambilan Keputusan	14
2. Proses Pengambilan Keputusan	15
3. Indikator Pengambilan Keputusan.....	17
4. Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan.....	18

D. Penelitian terdahulu	20
E. Kerangka Berpikir	23
F. Pengembangan Hipotesis	24
G. Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	26
1. Definisi operasional Variabel	26
B. Lingkup Penelitian	27
C. Lokasi Penelitian.....	27
D. Populasi dan Sampel	28
E. Jenis dan Sumber Data	31
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
Teknis Analisis Data	32
1. Metode Uji Instrumen.....	32
a. Uji Validitas	32
b. Uji Reliabilitas	33
2. Uji Asumsi Klasik	33
a. Uji Normalitas.....	33
b. Heteroskedastisitas.....	34
c. Uji Multikolinieritas	35
d. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3. Uji Hipotesis	37
a. Uji t	37
b. Uji F	37
c. Koefisien Determinasi.	38

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian.....	40
1. Karakteristik Responden.....	41
2. Analisis Data.....	43
a. Metode Uji Instrumen.....	43
1) Uji Validitas.....	43
2) Uji Reliabilitas.....	47
b. Uji Asumsi Klasik.....	48
1) Uji Normalitas.....	48

2) Uji Multikolinieritas.....	49
3) Heteroskedastisitas.....	50
4) Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
c. Uji Hipotesis.....	52
1) Uji t.....	52
2) Uji F.....	55
3) Koefisien Determinasi R^2	56
B. Pembahasan.....	56
1. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Pengambilan Keputusan.....	56
2. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Pengambilan Keputusan.....	57
3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> dan <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Pengambilan Keputusan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	59
Daftar Pustaka.....	61
Lampiran.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3. Data Jumlah Mahasiswa FEB Unmer Angkatan 2019	28
Tabel 4. Data Jumlah Mahasiswa FEB Unmer Angkatan 2020	29
Tabel 5. Data Jumlah Mahasiswa FEB Unmer Angkatan 2021	29
Tabel 6. Data Jumlah Mahasiswa FEB Unmer Angkatan 2022	29
Tabel 7. Skala <i>Likert</i> 5 Alternatif Jawaban Kuesioner	32
Tabel 8. Skala <i>Likert</i> 5 Alternatif Jawaban Kuesioner	41
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	42
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	43
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel X1 (<i>Word Of Mouth</i>)	44
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel X2 (<i>Experiential Marketing</i>).....	45
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Pengambilan Keputusan)	46
Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 20. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 21. Hasil Uji t.....	53
Tabel 22. Hasil Uji F	55
Tabel 23. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tahap Pengambilan keputusan.....	16
Gambar 2. Kerangka Berpikir Penelitian	24
Gambar 3. Hasil Uji Normalitas.....	48
Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Metode <i>Skaterplot</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pernyataan Kuesioner Variabel X1, X2, dan Y	66
Lampiran 2. Hasil <i>Output</i> SPSS Penelitian	71
Lampiran 3. Hasil Jawaban Kuesioner	92
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan.....	102
Lampiran 5. Berita Acara Revisi.....	103

ABSTRAK

Pendidikan merupakan hal yang penting bagi setiap individu karena, melalui pendidikan seorang individu bisa belajar mengenai berbagai macam hal yang nantinya bisa diterapkan dalam kehidupan. Universitas Merdeka Malang adalah salah satu instansi pendidikan perguruan tinggi terbaik di Indonesia. Maka dari itu, penelitian ini dilatarbelakangi oleh kegiatan pemasaran yang dilakukan secara tidak langsung oleh Universitas Merdeka Malang untuk memperkenalkan nama kampus kepada masyarakat luas. Komunikasi *word of mouth* dan *experiential marketing* dapat menjadi sumber informasi yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *word of mouth*, dan *experiential marketing* terhadap keputusan memilih berkuliah di Universitas Merdeka Malang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dari 97 responden sebagai mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang angkatan 2019-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode random sampling, kemudian data diproses menggunakan analisa regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth*, dan *experiential marketing* mempunyai pengaruh yang signifikan, terhadap pengambilan keputusan.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, *Experiential Marketing*, Pengambilan Keputusan

ABSTRACT

Education is important for every individual because, through education, an individual can learn about various kinds of things that can later be applied in life. Merdeka University Malang is one of the best higher education institutions in Indonesia. So therefore *This research is motivated by marketing activities carried out indirectly by the Merdeka University of Malang to introduce the name of the campus to the wider community. Word of mouth communication and experiential marketing can be a powerful source of information in influencing purchasing decisions. The purpose of this study was to analyze the effect of word of mouth and experiential marketing on the decision to choose to study at Merdeka University Malang. The data used in this study is primary data collected from 97 respondents as students of the Faculty of Economics and Business, Merdeka University Malang, class 2019-2022. The sampling technique used in this study was random sampling method, then the data was processed using multiple regression analysis. The results of this study indicate that word of mouth and experiential marketing have a significant influence on decision making.*

Keyword: Word Of Mouth, Experiential Marketing, Decision Making.