

## ABSTRAK

**Piter Montalvo, 181010045, 2022, Pengaruh *Word of Mouth* dan Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Pada STIE Eka Prasetya, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc., Pembimbing II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Memilih pada STIE Eka Prasetya, mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Memilih pada STIE Eka Prasetya, mengetahui pengaruh *Word of Mouth* dan Lokasi terhadap Keputusan Memilih pada STIE Eka Prasetya.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2019 sebanyak 1.104 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 92 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Memilih = 0,352 + 0,416 *Word of Mouth* + 0,482 Lokasi + e**.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa *Word of Mouth* memiliki nilai  $t_{hitung} (3,491) > t_{tabel} (1,987)$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara *Word of Mouth* terhadap Keputusan Memilih pada STIE Eka Prasetya. Hasil analisis menunjukkan Lokasi memiliki nilai  $t_{hitung} (4,779) > t_{tabel} (1,987)$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Lokasi terhadap Keputusan Memilih pada STIE Eka Prasetya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Word of Mouth* dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih pada STIE Eka Prasetya berdasarkan nilai  $F_{hitung} (21,546) > F_{tabel} (3,07)$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Word of Mouth* dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Memilih pada STIE Eka Prasetya. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,326 artinya variabel Keputusan Memilih dapat dijelaskan oleh variabel *Word of Mouth* dan Lokasi sebesar 32,6% sedangkan sisanya 67,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kepuasan, layanan, kualitas pendidikan, fasilitas, perilaku dan berbagai variabel lainnya.

**Kata Kunci: *Word of Mouth*, Lokasi, Keputusan Memilih**

## **ABSTRACT**

***Piter Montalvo, 181010045, 2022, The Influence of Word of Mouth and Location on Students' Decisions to Choose at STIE Eka Prasetya, STIE Eka Prasetya, Management Studies Program, Supervisor I: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc., Supervisor II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.***

*This study aims to determine the effect of word of mouth on the decision to choose at STIE Eka Prasetya, determine the effect of location on the decision to choose at STIE Eka Prasetya, to determine the effect of word of mouth and location on the decision to choose at STIE Eka Prasetya.*

*The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The population in this study were all consumers who made purchases at the company during the 2019 period as many as 1104 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 92 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Choice Decision = 0.352 + 0.416 Word of Mouth + 0.482 Location + e.*

*The results of the research analysis show that Word of Mouth has a value of tcount (3.491) > ttable (1.987) with a significant level of 0.001 < 0.05 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Word of Mouth on the Decision to Choose at STIE Eka Prasetya. The results of the analysis show that the location has a value of tcount (4.779) > ttable (1.987) with a significant level of 0.000 < 0.05 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Location on the Decision to Choose at STIE Eka Prasetya.*

*The results showed that Word of Mouth and Location had a positive and significant effect on the Decision to Choose at STIE Eka Prasetya based on the value of Fcount (21.546) > Ftable (3.07) with a significance of 0.00 < 0.05 so it can be concluded that there is a significant effect between Word of Mouth and Location simultaneously on the Decision to Choose at STIE Eka Prasetya. The results of this study are supported by the value of R Square (R<sup>2</sup>) or the coefficient of determination obtained is 0.326, meaning that the Choice Decision variable can be explained by the Word of Mouth and Location variables of 32.6% while the remaining 67.4% is influenced by other factors originating from outside this research model such as satisfaction, service, quality of education, facilities, behavior and various other variables.*

***Keywords: Word of Mouth, Location, Choice Decision.***