

TESIS

**PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA INSTITUSI, CITRA
PEMAKAI DAN CITRA PRODUK) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMILIHAN PROGRAM STUDI ILMU
ADMINISTRASI BISNIS STIAMAK BARUNAWATI
SURABAYA DENGAN PELUANG KERJA SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**



**Disusun Oleh:
DIAN ARISANTI
NIM: 11118003**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA
2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DIAN ARISANTI

NIM : 11118003

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Tesis saya susun dengan judul:

PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA INSTITUSI, CITRA PEMAKAI DAN CITRA PRODUK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA DENGAN PELUANG KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Tesis orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelarnya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya dapat dipergunakan bila mana diperlukan.

Surabaya, 27 Agustus 2020

Pembuat Pernyataan,



DIAN ARISANTI
NIM : 11118003

PERSETUJUAN TESIS

**PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA INSTITUSI,
CITRA PEMAKAI DAN CITRA PRODUK) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMILIHAN PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS STIAMAK
BARUNAWATI SURABAYA DENGAN PELUANG KERJA SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

DIAJUKAN OLEH :

DIAN ARISANTI

NIM : 11118003

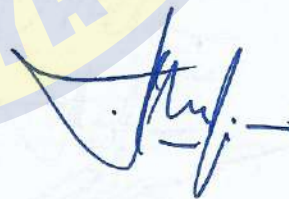
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

KETUA PRODI
MAGISTER MANAJEMEN,



(Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM)



(Joko Suyono, P.hD)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Telah Diuji dan Dipertahankan Pada Hari Jumat, 27 Agustus 2020

Judul Tesis :

PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA INSTITUSI, CITRA PEMAKAI DAN CITRA PRODUK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA DENGAN PELUANG KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Disusun Oleh : DIAN ARISANTI
NIM : 11118003
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Magister Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

1. Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM

2. Joko Suyono, P.hD

3. Dr. Arasy Alimudin, SE, MM



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dian Arisanti
NIM : 11118003
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tesis

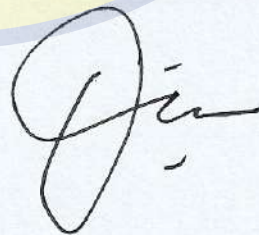
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA INSTITUSI, CITRA PEMAKAI
DAN CITRA PRODUK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS STIAMAK
BARUNAWATI SURABAYA DENGAN PELUANG KERJA SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya
Pada tanggal : 27 Agustus 2020
Yang menyatakan



(Dian Arisanti)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis saya dengan judul “PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA INSTITUSI, CITRA PEMAKAI DAN CITRA PRODUK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA DENGAN PELUANG KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tesis ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah dengan sukarela meluangkan waktu, tenaga maupun pikirannya untuk membantu dengan sukarela membantu penulis menyelesaikan Tesis ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia –Nya serta hikmat dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. H. Sri Wiwoho Mudjanarko, S.T., M.T., IPM., selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
3. Ibu Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Joko Suyono, P.hD., selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Orang tua, suami dan keluarga yang senantiasa mendukung, mendoakan dan memberi dorongan serta kasih sayang dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Ibu Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, membantu serta memberikan saran yang bermanfaat dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Sahabat karib saya yang selalu memberi dorongan dan semangat dalam melakukan pengerjaan proposal tesis ini tanpa lelah.
8. Seluruh dosen penguji yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan laporan tesis ini.

9. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan selama perkuliahan.
10. Teman- teman seangkatan yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
11. Semua pihak yang belum tersebut oleh penulis yang membantu menyelesaikan proposal skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, serta penulis berharap semoga laporan skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Surabaya, 27 Agustus 2020

Penulis



ABSTRAK

The purpose of this study is to examine the direct and indirect effects of brand image (institution image, user image and product image) on the decision of choosing Business Administration study program at STIAMAK Barunawati Surabaya with employment opportunities as mediation. This research was conducted at STIAMAK Barunawati, Surabaya, Indonesia. This research used quantitative and explanatory research. The total population reaches 224 and sample is determined using Slovin formula and get 69 people. Data analysis is performed using smartPLS 3.0 Software with Structural Equation Modeling (SEM) techniques. The results show that there is a significant influence of the institution image on employment opportunities. There is no significant effect of user image on employment opportunities. There is a significant influence of the product image on the employment opportunities. There is no significant effect of institution image on the decision of choosing Business Administration study program. There is no significant effect of user image on the decision of program selection. There is a significant influence of product image on the decision of program selection. There is a significant influence of employment opportunities on the decision of choosing the program. The institution image influences the decision of selecting program. Employment opportunities do not function as intervening variables of the influence of user image on the decision of selecting program. The product image influences the decision of choosing Business Administration study program at STIAMAK Barunawati Surabaya with employment opportunities as intervening variables.

Keywords: Employment Opportunities, Brand Image, Decision of Selecting Bussines Studies

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Keputusan Pemilihan	10
2.1.2. Peluang Kerja	11
2.1.3. <i>Brand Image</i> Citra	12

2.1.4. Citra Institusi	13
2.1.5. Citra Pemakai	14
2.1.6. Citra Produk	14
2.2. Penelitian Terdahulu	15

BAB III KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS PENELITIAN

3.1. Kerangka Konseptual	22
3.1.1. Pengaruh Citra Institusi terhadap Peluang Kerja	22
3.1.2. Pengaruh Citra Pemakai terhadap Peluang Kerja	23
3.1.3. Pengaruh Citra Produk terhadap Peluang Kerja	24
3.1.4. Pengaruh Citra Institusi terhadap Keputusan Pemilihan	24
3.1.5. Pengaruh Citra Pemakai terhadap Keputusan Pemilihan	25
3.1.6. Pengaruh Citra Produk terhadap Keputusan Pemilihan	25
3.1.7. Pengaruh Peluang Kerja terhadap Keputusan Pemilihan	27
3.1.8. Pengaruh Citra Institusi terhadap Keputusan Pemilihan dengan Peluang Kerja sebagai Variabel <i>Intervening</i>	28
3.1.9. Pengaruh Citra Pemakai terhadap Keputusan Pemilihan dengan Peluang Kerja sebagai Variabel <i>Intervening</i>	29
3.1.10. Pengaruh Citra Produk terhadap Keputusan Pemilihan dengan Peluang Kerja sebagai Variabel <i>Intervening</i>	31
3.2. Hipotesis Penelitian	32

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian	35
4.2 Populasi dan Sampel Penelitian	35
4.3 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	37
4.3.1 Variabel Penelitian	39

4.3.2 Definisi Operasional	40
4.4. Teknik Pengumpulan Data	43
4.5. Teknik Analisa Data	48

BAB V ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum STIAMAK Barunawati Surabaya	54
5.2. Karakteristik Responden	55
5.3. Identifikasi Jawaban Responden	57
5.3.1. Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Citra	
Institusi (X1)	58
5.3.2. Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Citra	
Pemakai (X2)	60
5.3.3. Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Citra	
Produk (X3)	62
5.3.4 Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Keputusan	
Pemilihan (Y)	63
5.3.5 Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Peluang	
Kerja (Z)	65
5.4. Analisis Data	66
5.4.1. Tahap Pengujian <i>Outer Model</i>	67
5.5. Pengujian Hipotesis	72
5.5.1 Tahap Pengujian <i>Inner Model</i> atau <i>Structural Model</i>	72
5.5.2 Koefisien Determinasi	77
5.5.3 Pengujian <i>Goodness of Fit</i>	77

5.6 Pembahasan	78
5.6.1. Pengaruh Citra Institusi terhadap Peluang Kerja	79
5.6.2. Pengaruh Citra Pemakai terhadap Peluang Kerja	79
5.6.3. Pengaruh Citra Produk terhadap Peluang Kerja	80
5.6.4. Pengaruh Citra Institusi terhadap Keputusan Pemilihan	81
5.6.5. Pengaruh Citra Pemakai terhadap Keputusan Pemilihan ...	82
5.6.6. Pengaruh Citra Produk terhadap Keputusan Pemilihan	82
5.6.7. Pengaruh Peluang Kerja terhadap Keputusan Pemilihan ...	83
5.6.8. Pengaruh Citra Institusi terhadap Keputusan Pemilihan dengan Peluang Kerja sebagai Variabel <i>Intervening</i>	84
5.6.9. Pengaruh Citra Pemakai terhadap Keputusan Pemilihan dengan Peluang Kerja sebagai Variabel <i>Intervening</i>	86
5.6.10. Pengaruh Citra Produk terhadap Keputusan Pemilihan dengan Peluang Kerja sebagai Variabel <i>Intervening</i>	86
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	88
6.2. Saran	89
6.2.1. Saran untuk STIAMAK Barunawati Surabaya	89
6.2.2. Saran untuk Penelitian yang Akan Datang	90
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR TABEL

No.	Judul
Halaman	
2.1.	Matriks Penelitian Terdahulu 17
4.1.	Desain Instrumen Penelitian 45
5.1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 55
5.2.	Responden Berdasarkan Usia 56
5.3.	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 57
5.4.	Tabel Kategori Skala Interval 58
5.5.	Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Institusi (X1) 58
5.6.	Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Pemakai (X2) 60
5.7.	Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Produk (X3) 62
5.8.	Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pemilihan (Y) ... 63
5.9.	Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Peluang Kerja (Z) 65
5.10.	Hasil Pengujian Validitas Konvergen 68
5.11.	Hasil Pengujian Validitas Konstrak 70
5.12.	Hasil Pengujian Validitas Deskriminan dengan <i>Cross Loading</i> 70
5.13.	Hasil Pengujian <i>Reliability</i> Konstrak 71
5.14.	Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung 73
5.15.	Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung 76
5.16.	Jenis Mediasi 76
5.17.	Nilai Koefisien Determinasi 77

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
3.1	Kerangka Konseptual	34
5.1	Gambar <i>Outer</i> / <i>Measurement</i> Model	68
5.2	Uji <i>Inner</i> / Struktural Model	72



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 2.	Hasil Pengisian Kuesioner	100
Lampiran 3.	<i>Final Results Outer Model</i>	104

