

**PENGARUH *WORDS OF MOUTH* DAN CITRA PRODI TERHADAP  
PEMILIHAN PRODI: SURVEY MAHASISWA MANAJEMEN  
PENDIDIKAN ISLAM FITK UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
TAHUN ANGGARAN 2018-2021**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Pengajuan Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)**

**Disusun oleh:**

**Novia Nur Rohmah  
NIM 17104090033**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**PENGARUH *WORDS OF MOUTH* DAN CITRA PRODI TERHADAP  
PEMILIHAN PRODI: SURVEY MAHASISWA MANAJEMEN  
PENDIDIKAN ISLAM FITK UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
TAHUN ANGGARAN 2018-2021**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Pengajuan Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)**

**Disusun oleh:**

**Novia Nur Rohmah**

**NIM 17104090033**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2023**

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513056 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-233/Un.02/DT/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH WORDS OF MOUTH DAN CITRA PRODI TERHADAP PEMILIHAN PRODI: SURVEY MAHASISWA MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM FITK UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA TAHUN ANGGKATAN 2018-2021

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NOVIA NUR ROHMAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 17104090033  
Telah diujikan pada : Kamis, 22 Desember 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Rinduan Zain, S.Ag., MA.  
SIGNED

Valid ID: 63d82bc68067



Penguji I  
Muhammad Qowim, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 63d76d11bb8e4



Penguji II  
Heru Sulistya, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 63d76d432a9f7



Yogyakarta, 22 Desember 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 63d834956271

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novia Nur Rohmah  
NIM : 17104090033  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “PENGARUH *WORDS OF MOUTH* DAN CITRA PRODI TERHADAP PEMILIHAN PRODI: SURVEY MAHASISWA MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM FITK UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA TAHUN ANGKATAN 2018-2021” adalah karya asli atau penulisan saya sendiri bukan plagiasi dan hasil orang lain kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 09 September 2022

Yang Menyatakan,

  
Novia Nur Rohmah  
17104090033

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## SURAT PERSETUJUAN SKIPSI

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan pembimbingan seperlunya, maka kami selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Novia Nur Rohmah  
NIM : 17104090033  
Judul Skripsi : PENGARUH *WORDS OF MOUTH* DAN CITRA PRODI TERHADAP PEMILIHAN PRODI: SURVEY MAHASISWA MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM FITK UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA TAHUN ANGKATAN 2018-2021

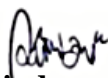
Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan.

Dengan ini kami mengharap agar Skripsi Saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 18 Oktober 2022

Pembimbing Skripsi

  
**Rinduan Zain, MA.**  
19700407 199703 1 001

## ABSTRAK

**Novia Nur Rohmah.** *Pengaruh Words of Mouth dan Citra Prodi terhadap pemilihan prodi: Survey Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun Angkatan 2018-2021.* Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2022.

Pemilihan Prodi mempunyai peran yang penting dalam keberlangsungan suatu perguruan tinggi. Karenanya perguruan tinggi perlu memperhatikan faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan prodi. Inilah signifikansi penelitian skripsi ini, dengan menggunakan metode kuantitatif bertujuan untuk menganalisa pengaruh *Words of Mouth* (WOM) ( $X_1$ ) dan citra prodi ( $X_2$ ) terhadap pemilihan prodi Manajemen Pendidikan Islam (Y). Penelitian ini menggunakan teori Solomon yang menyatakan bahwa *Words of Mouth* (WOM) positif adalah cara memperoleh keberhasilan melalui efek dari citra perusahaan. Albart dan Dion menyatakan pembelian dan *Words of Mouth* (WOM) positif saling berhubungan karena pelanggan akan melakukan komunikasi mulut ke mulut dan merekomendasikan kepada orang lain setelah memperoleh nilai sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian.

Populasi penelitian ini sebanyak 321 mahasiswa dari empat angkatan, yaitu 2018, 2019, 2020 dan 2021 menggunakan formula slovin didapatkan sampel sebanyak 178 mahasiswa. Analisis data dengan melakukan uji korelasi (bivariat dan parsial) dan uji regresi (linier berganda) menggunakan SPSS 25. Koefisien korelasi variabel *Words of Mouth* (WOM) dengan pemilihan prodi sebesar 0,628. Sedangkan uji korelasi parsial hubungan *Words of Mouth* (WOM) dan pemilihan prodi dengan variabel kontrol citra prodi hasilnya nilai koefisien korelasi parsial sebesar 0,174.

Perbandingan koefisien korelasi bivariat dan koefisien korelasi parsial  $r_{yz} > r_{yxz} = 0,628 > 0,174$ . Artinya, variabel *Words of Mouth* (WOM) ( $X_1$ ) tidak berkorelasi secara langsung terhadap variabel pemilihan prodi (Y) karena dimediasi dari variabel citra prodi ( $X_2$ ). Citra prodi menjadi mediator untuk meningkatkan pengaruh *Words of Mouth* (WOM) terhadap pemilihan prodi. Analisis regresi menunjukkan citra prodi dalam meningkatkan pemilihan prodi lebih besar dibandingkan *Words of Mouth* (WOM) dengan persamaan regresi linier berganda  $Y = 8,690 + 0,219 X_1 + 0,702 X_2$ . Artinya, sekalipun informasi tentang prodi MPI dari mulut ke mulut sudah berkembang di masyarakat, pada akhirnya citra prodi yang menentukan pemilihan prodi MPI. Analisis ANOVA menunjukkan bahwa pemilihan prodi mampu diterangkan oleh *Words Of Mouth* (WOM) dan citra prodi sebesar 61,8%. Sisanya 38,2% diterangkan oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Words of Mouth* (WOM) , citra prodi, pemilihan Prodi

## MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ إِنَّتَ لَهُمْ ظَلِيمٌ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ

Maka berkat rahmat Allah Engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya Engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu.

(Q.S. Ali 'Iman:159)<sup>1</sup>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>1</sup> Al-Quran Terjemah Bahasa Indonesia ( Cordoba: Bandung, 2012), 71.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

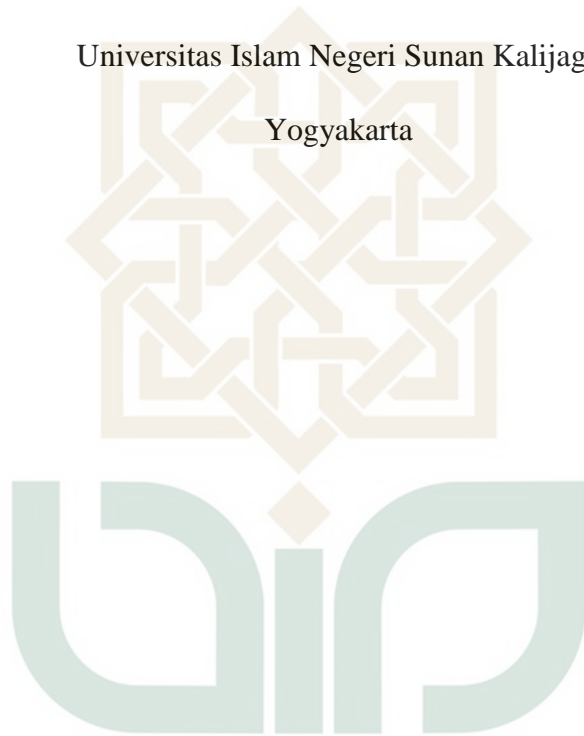
Skripsi ini dipersembahkan untuk Almamater

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَالصَّلَاةَ وَالسَّلَامَ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, Segala puji hanya dihaturkan kepada Allah Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan taufiq, rahmat, hidayah serta inayah\_Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW suri tauladan seluruh aspek kehidupan.

Pembahasan skripsi ini mengkaji Pengaruh *Words Of Mouth* Dan Citra Prodi Terhadap Pemilihan Prodi: Survey Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun Angkatan 2018-2021. Penulis menyadari bahwa tidak akan terwujud skripsi ini tanpa ada bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberi kesempatan untuk belajar di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga yang telah memberi kesempatan untuk belajar di FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Dr. Zainal Arifin, M.S.I., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang memberikan motivasi, arahan, dan bimbingan selama penulis menjadi mahasiswa prodi MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
4. Ibu Nora Saiva Jannana, M.Pd, selaku Sekretaris Prodi Manajemen Pendidikan Islam serta Dosen Penasehat Akademik (DPA) yang banyak memberikan motivasi, arahan, dan bimbingan selama penulis menjadi mahasiswa prodi MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
5. Bapak Rinduan Zain, S.Ag, M.A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah memberikan ilmu, pelajaran, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh dosen Prodi MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu. Semoga seluruh ilmu yang telah diberikan dapat berkah dan manfaat bagi penulis juga masyarakat, agama, dan negara.
7. Seluruh jajaran pegawai dan karyawan FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi selama ini.
8. Segenap mahasiswa Prodi Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan penulis izin penelitian dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Ibu Nyai Hj. Barokah Nawawi dan Abah KH. Munir Syafa'at selaku pengasuh PP. Nurul Ummah Putri yang selalu memberikan bimbingan dan

memberikan ilmu lahir dan batin selama di pesantren dengan penuh kesabaran.

10. Keluarga tercinta, Bapak Tukadi, Ibu Siti Rohmini, dan adik saya Safrizal Ariansyah selalu memberikan dukungan, semangat dan terutama doa untuk segala perjuangan penulis selama ini. Terima kasih juga penulis ucapkan untuk segenap keluarga besar yang telah memberikan dukungan.

11. Seluruh teman dan sahabat penulis, semua anggota grup “ Apa lagi”, “Syurgaku”, keluarga komplek asrama “Nurussalam SMA”, “Koppi Maniez”, keluarga besar SMA Islam Darussalam, PP. Nurul Ummah Putri, serta teman-teman dekat penulis lainnya yang telah memberikan dukungan, motivasi serta mengisi hari-hari penulis dengan pengalaman yang luar biasa.

12. Teman-teman seperjuangan MPI 17 yang menjadi penyemangat penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua bimbingan, bantuan, dan dukungan tersebut dapat menjadi amal kebaikan yang akan dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari akan kekurangan dari skripsi ini. Kritik, saran, dan masukan sangat terbuka bagi siapa pun. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

Terima kasih.

Yogyakarta, 15 September 2022

Penulis,



**Novia Nur Rohmah**  
**17104090033**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB .....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKIPSI.....	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Kajian Penelitian yang Relevan .....	7
E. Sistematika Pembahasan .....	11
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
A. Kajian Teori.....	13
B. Kerangka Pikir.....	17
C. Hipotesis Penelitian .....	17
BAB III .....	19
METODE PENELITIAN.....	19
A. Jenis penelitian .....	19
B. Variabel Penelitian .....	20
C. Definisi Operasional Variabel .....	20
BAB IV .....	40

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40
A.    Deskripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.....	40
B.    Statistik Deskriptif.....	45
C.    Statistik Inferensial.....	65
D.    Perbandingan Literatur dan Temuan Lapangan .....	80
BAB V.....	84
PENUTUP.....	84
A.    Simpulan.....	84
B.    Saran .....	85
KATA PENUTUP.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	90



## DAFTAR TABEL

- Tabel 3.0 :Indikator dan deskripsi variabel *Words of Mouth* (WOM)
- Tabel 3.1 : Indikator dan deskripsi variabel citra prodi
- Tabel 3.2 : Indikator dan Deskripsi Variabel Pemilihan Prodi
- Tabel 3.3: Data Mahasiswa MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Tahun  
2021
- Tabel 3.4: Sampel Penelitian
- Tabel 3.5: Daftar Responden Penelitian
- Tabel 3.6: Tabel Kisi-kisi Kuesioner dan Skala Ukur Variabel Kompetensi  
*Words of Mouth* (WOM), citra prodi dan pemilihan prodi
- Tabel 3.7: Hasil Uji Validitas Variabel WOM
- Tabel 3.8: Hasil Uji Validitas Variabel Citra Prodi
- Tabel 3.9: Hasil Uji Validitas Variabel Pemilihan Prodi
- Tabel 3.10: Kriteria Uji reabilitas Instrumen berdasarkan *Cronbach's Alpha*
- Tabel 3.11: Hasil Uji Reabilitas *Word Of Mouth* (WOM)
- Tabel 3.12: Hasil Uji Realibilitas Citra Prodi
- Tabel 3.14: Hasil Uji Realibilitas Pemilihan Prodi
- Tabel 3.15: Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan
- Tabel 4.0: Deskripsi Data Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.1: Deskripsi Data Berdasarkan Tahun Angkatan
- Tabel 4.2: Tingkat *Words of Mouth* (WOM)

Tabel 4.3: Tingkat Citra Prodi

Tabel 4.4: Tingkat Pemilihan Prodi

Tabel 4.5: Tabel Hubungan Jenis Kelamin dengan Word Of Mouth (WOM)

Tabel 4.6: *Chi-Square Test*

Tabel 4.7: Hubungan Tahun Angkatan dan WOM

Tabel 4.8: *Chi-Squares Test*

Tabel 4.9: Hubungan Jenis kelamin dan tingkat Citra Prodi

Tabel 4.10: *Chi-Squares Test*

Tabel 4.11: Hubungan Tahun Angkatan dan Citra Prodi MPI

Tabel 4.12: *Chi-Squares Test*

Tabel 4.13: Hubungan Jenis Kelamin dengan Pemilihan Prodi

Tabel 4.14: *Chi-Squares Test*

Tabel 4.15: Hubungan Tahun Angkatan dan Pemilihan Prodi

Tabel 4.16: *Chi-Squares Test*

Tabel 4.17: Korelasi bivariat antara *Words of Mouth* (WOM) dan Pemilihan Prodi

Tabel 4.18: Korelasi bivariat antara Citra Prodi dan Pemilihan Prodi

Tabel 4.19: Korelasi Parsial antara *Words of Mouth* (WOM) terhadap

Pemilihan Prodi dengan Citra Prodi sebagai Variabel Kontrol

Tabel 4.20: Regresi Linear berganda *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi (Tahun angkatan 2018)

Tabel 4.21: Regresi Linear berganda *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi (Tahun angkatan 2019)

Tabel 4.22: Regresi Linear berganda *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi (Tahun angkatan 2020)

Tabel 4.23: Regresi Linear berganda *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi (Tahun angkatan 2021)

Tabel 4.24: Regresi Linear berganda *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi (Tahun angkatan 2018-2021)

Tabel 4.26: *ANOVA*

Tabel 4.27: *Model Summary* Berganda





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.0: Skema Pengaruh *Words of Mouth* (WOM) terhadap Pemilihan Prodi dimediasi Citra prodi

Gambar 3.0: Skema Hubungan Variabel  $X_1$  terhadap Y dengan mediasi variabel z

Gambar 4.0: Struktur Organisasi Prodi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Gambar 4.1: Diagram Analisis *Crosstabs* Jenis Kelamin dan *Word Of Mouth*

Gambar 4.2: Diagram Analisa *Crosstabs* Tahun Angkatan dan *Words of Mouth*

Gambar 4.3: Diagram Analisis *Crosstabs* Jenis kelamin dan Citra Prodi MPI

Gambar 4.4: Diagram Analisis *Crosstabs* Tahun Angkatan dan Citra Prodi MPI

Gambar 4.5: Diagram Analisis *Crosstabs* Jenis Kelamin dan Citra Prodi MPI

Gambar 4.6: Diagram Analisis *Crosstabs* Tahun Angkatan dan Pemilihan Prodi MPI

Gambar 4.7: Grafik Hubungan antara *Words of Mouth* (WOM) dengan pemilihan prodi

Gambar 4.8: Grafik Hubungan antara Citra Prodi dengan pemilihan prodi

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran II : Sertifikat PLP 1
- Lampiran III : Sertifikat PLP KKN Integratif
- Lampiran IV : Sertifikat ICT
- Lampiran V : Sertifikat PKTQ
- Lampiran VI : Sertifikat ujian Toefl
- Lampiran VII : *Curriculum Vitae*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sumber Daya Manusia (SDM) perlu dipersiapkan dengan baik untuk menghadapi tantangan persaingan era globalisasi meningkatkan kualitas hidup, salah satunya dengan aspek pendidikan. Pendidikan sebagai usaha pengembangan diri, kepribadian, bermasyarakat, bangsa dan negara, harus menyesuaikan dengan tuntutan tugas tersebut, dan dapat bersaing dengan lembaga pendidikan yang lain.<sup>2</sup> Sesuai dengan UUD SISDIKNAS 2003 pasal 3 bahwa pendidikan untuk mengembangkan kemampuan dan membentuk karakter dan peradaban bangsa agar bermartabat untuk mencerdaskan kehidupan bangsa, dan bertujuan untuk mengembangkan potensi agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan YME, berakhlak mulia, sehat, cakap, berilmu dan kreatif, mandiri dan menjadi warga negara bertanggung jawab demokratis.<sup>3</sup> Maka, untuk memenuhi kebutuhan tersebut, lembaga pendidikan memerlukan *public relations* sebagai sarana pemberitahuan kepada masyarakat dalam hal kepedulian kebutuhan dan pemenuhan harapan terhadap pendidikan.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Aldo Redho Syam dan Moch. Charis H, "Peran bagian *Public Relations* dalam meningkatkan reputasi lembaga pendidikan di era otonomi pendidikan", *Tadarus: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol.8 No.1 (2019):3

<sup>3</sup> Yayuk Purwati, "Strategi Pembiayaan Pada lembaga Pendidikan Islam Melalui Tanggung Jawab Sosial (Csr) Studi," *Studi Manajemen Pendidikan Islam* 5, no.1 (2021): Hal 66.

<sup>4</sup> Ike Devi Sulistyaningtyas, "Peran Strategis *Public Relations* di Perguruan Tinggi", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.04, No.02(2007), 135

*Public relations* dalam lembaga pendidikan memiliki fungsi memudahkan dan menjamin pendapat lembaga pendidikan, menyusun kebijaksanaan dan operasional lembaga pendidikan, dan melaksanakan program kegiatan yang memberikan informasi tentang lembaga pendidikan kepada masyarakat.<sup>5</sup> Hubungan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat melalui *public relations* akan membentuk reputasi dan citra yang menggambarkan keberhasilan dan kesuksesan lembaga pendidikan di masa yang akan datang. Hal ini dapat berupa keputusan mahasiswa memilih prodi sebagai tolok ukur dan pemacu persaingan dengan lembaga lain yang akhirnya dapat berdampak kepada keadaan untung lembaga pendidikan tersebut.<sup>6</sup>

Faktor keputusan mahasiswa salah satunya ialah emosi yang dibentuk oleh niat untuk memilih yang disukai, antara lain, *Words of Mouth* (WOM) dan citra dari instansi.<sup>7</sup> Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh antara *Words of Mouth* (WOM), citra instansi, dan keputusan konsumen. Penelitian terdahulu sudah banyak yang membahas dari ketiga faktor tersebut, tetapi penelitian sebelumnya cenderung meneliti keputusan konsumen dalam memilih barang dibandingkan memilih jasa dan masih sedikit dijumpai

---

<sup>5</sup> Aldo Redho Syam dan Moch. Charis H, "Peran bagian *Public Relations* dalam meningkatkan reputasi lembaga pendidikan di era otonomi pendidikan", *Tadarus: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol.8 No.1 (2019):5

<sup>6</sup> Rachmawati Koesoemaningsih, "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi", *Ngawi: Jurnal Media Soerjo*, Vol. 13 No. 2, (2013):1-2

<sup>7</sup> Darsono, "Faktor Emosi Dalam Perilaku Konsumen", *Dharma Ekonomi*, Vol:- (2012):8

penelitian dalam bidang pendidikan. Hal ini menarik bagi penulis untuk meneliti lebih lanjut tentang keputusan konsumen bidang jasa pendidikan.

Pelayanan pendidikan yang diberikan kepada masyarakat dengan adanya peran *public relations* dibutuhkan untuk membantu memasarkan jasa pendidikan atau program unggulan lembaga tersebut.<sup>8</sup> Salah satu bentuk dari promosi langsung adalah *Words of Mouth* (WOM) dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan *getok tular*<sup>9</sup> yang berarti ‘dari mulut ke mulut dalam penyebaran berita. Menurut Lovelock dan Witz, *Words of Mouth* (WOM) memiliki pengaruh yang kuat atas barang atau jasa yang berdampak pada persepsi konsumen dan kemungkinan membeli.<sup>10</sup> Dinyatakan juga dalam majalah SWA bahwa metode promosi menggunakan metode *Words of Mouth* (WOM) sangat berpengaruh dalam mempromosikan sebuah barang atau jasa dengan kelebihan tidak membutuhkan biaya tambahan. Dengan demikian, lembaga pendidikan perlu memperhatikan kembali *public relations* mengenai strategi pemasaran jasa pendidikan dengan strategi *Words of Mouth* (WOM) agar didapatkan keputusan calon peserta didik yang tepat dengan menciptakan citra yang

---

<sup>8</sup> Aldo Redho Syam dan Moch. Charis H, Peran bagian *Public Relations* dalam meningkatkan reputasi lembaga pendidikan di era otonomi pendidikan, Tadarus: Jurnal Pendidikan Islam, Vol.8 No.1 (2019),11

<sup>9</sup> Getok tular merupakan penyampaian pesan kepada seseorang dengan pola berantai beredar dengan sendirinya dalam suatu kelompok. (Rudy Harjanto dan Deddy Mulyana, Komunikasi Getok Tular Penganantar Popularitas Merek, Mediator Jurnal Komunikasi, Vol. 9, No.2 (2008): 233

<sup>10</sup> Sabda Elisa P, “Pengaruh word of mouth terhadap keputusan siswa memilih perguruan tinggi: kasus sekolah tinggi pariwisata ambarrukmo yogyakarta”, *Jurnal Kepariwisata* 8, no.2 (2014): 60

baik agar masyarakat dapat membuat keputusan untuk mendaftar ke lembaga tersebut.<sup>11</sup>

Pentingnya suatu keputusan mahasiswa akan memengaruhi keberlangsungan lembaga pendidikan tersebut yang dipengaruhi oleh citra dan komunikasi promosi. Terdapat tiga variabel yang saling berhubungan, yaitu komunikasi promosi, citra prodi, dan keputusan mahasiswa. Komunikasi promosi dalam penelitian ini menggunakan strategi *Words of Mouth* (WOM) yang termasuk promosi yang efektif. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut dapat diterapkan dalam penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi MPI. Penelitian ini tidak lagi berfokus pada barang hasil perusahaan, tetapi berfokus pada keputusan konsumen dalam memilih suatu jasa pendidikan.

Penelitian ini mencari lokasi dengan karakteristik kota pendidikan atau kota pelajar yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta dengan 4.073.907 penduduk yang terdiri dari Kulon Progo, Bantul, Gunungkidul, Sleman, dan Yogyakarta.<sup>12</sup> Jumlah perguruan tinggi negeri dan swasta sejumlah 17.<sup>13</sup> Penulis memilih lokasi penelitian di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang merupakan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Islam dengan daya saing tertinggi pada tahun 2022 dengan jumlah pendaftar sebanyak 17243 dan

---

<sup>11</sup> Ara Hidayat, "Pengelolaan Pendidikan; Konsep, prinsip dan aplikasi dalam mengelola sekolah dan madrasah", Penerbit, 2012); 304

<sup>12</sup> <https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/133/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html> diakses pada Sabtu 14 Januari 2023

<sup>13</sup> <https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/133/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html> diakses pada sabtu 14 Januari 2023

yang diterima 1274 mahasiswa atau daya saing sebesar 13,53%.<sup>14</sup> Fokus di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan yang mempunyai 9 program studi sarjana, 5 program studi pasca sarjana, dan 2 program studi Doktoral. Penulis tertarik meneliti prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) dengan alasan prodi tersebut baru di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang awalnya adalah Prodi Kependidikan Islam dan diubah menjadi MPI pada tahun 2012 berdasarkan peraturan Direktur Jenderal Pendidikan Nomor 1429 yang sudah terakreditasi A yang kedua kali pada tahun 2018.<sup>15</sup> Tahun 2018 program studi magister Manajemen Pendidikan Islam mulai dibuka berdasarkan SK Direktur Jenderal Pendidikan Islam No. 5463/2017 tertanggal 05 Oktober 2017. Visi Prodi MPI adalah unggul dan terkemuka dalam menghasilkan tenaga administrasi pendidikan yang profesional dan islami.<sup>16</sup> Penulis tertarik untuk mengambil penelitian pengaruh *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi MPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi MPI FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dari permasalahan tersebut, dapat diuraikan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

---

<sup>14</sup> <https://uin-suka.ac.id/id/berita/detail/941/uin-sunan-kalijaga-kembali-jadi-ptkin-dengan-daya-saing-tertinggi-di-um-ptkin-2022> diakses pada 14 Januari 2023

<sup>15</sup> <http://mpi.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/1782-Jurusan-KI-menjadi-MPI> diakses tanggal 04 Desember 2021

<sup>16</sup> <http://mpi.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/1459-Visi-Misi-Tujuan-Prodi> diakses tanggal 20 September 2021

1. Bagaimana hubungan *Words of Mouth* (WOM) terhadap pemilihan prodi MPI FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
2. Bagaimana hubungan citra prodi terhadap pemilihan prodi MPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
3. Berapa besar pengaruh *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi MPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut.

- a. Mengetahui signifikansi, besar, dan arah hubungan *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi MPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- b. Mengetahui besar pengaruh *Words of Mouth* (WOM) citra prodi terhadap pemilihan prodi MPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

#### **2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoretis**

- 1) Penelitian ini dapat menambah literatur terkait *public relations* jasa pendidikan.
- 2) Hasil penelitian dapat dikembangkan oleh pihak yang tertarik melakukan penelitian untuk melengkapi kekurangan pada penelitian ini.



#### b. Manfaat Praktis

- 1) Hasil penelitian dapat menambah wawasan penulis mengenai pengaruh *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi MPI.
- 2) Hasil penelitian dapat memberikan ilustrasi dan masukan kepada Prodi MPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam melakukan evaluasi untuk meningkatkan keputusan mahasiswa dalam pemilihan prodi.

#### D. Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian ini berkaitan dengan *public relations* lembaga pendidikan dengan melihat dari banyaknya simpati dari masyarakat terhadap lembaga tersebut, salah satunya adalah memilih jurusan diperguruan tinggi. Keputusan mahasiswa dalam memilih program studi diperguruan tinggi dapat dipengaruhi beberapa faktor diantaranya faktor keluarga, teman sejawat, kepribadian calon mahasiswa, sekolah asal, citra kampus, dan prospek kerja.<sup>17</sup> Faktor tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat dan didapatkan sebuah keputusan sebagai mahasiswa. Keputusan pelanggan jasa lembaga pendidikan dapat dilihat keberhasilannya salah satunya adanya kompetisi pendidikan. Lembaga pendidikan dengan *output* jasa yang berkualitas akan diminati, sebaliknya

---

<sup>17</sup> Mahardi Saputro, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi", *Jurnal Pendidikan Informatika dan Sains*, Vol. 6 No. 1: 14

yang tidak berkualitas akan ditinggalkan.<sup>18</sup> Mewujudkan kualitas yang baik sebagai citra memerlukan faktor lain yang dibahas pada literatur sebelumnya.

Penelitian Dian menyatakan bahwa untuk meningkatkan *purchase intention* dengan meningkatkan komunikasi salah satunya dengan Word Of Mouth (WOM) yang baik pada lembaga kursus bahasa Inggris Dynamic English Course Pare. Terciptanya komunikasi yang baik dengan masyarakat akan membentuk *brand image* yang baik dan berdampak pada *purchase intention*. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *Word Of Mouth* (WOM) terhadap *brand image* sebesar 65,3%. Antara *Word Of Mouth* (WOM) dengan variabel *purchase intention* terdapat variabel lain mediasi yaitu *brand image*. Mediasi *brand image* berdampak pada peningkatan pengaruh *Word Of Mouth* (WOM) terhadap *purchase intention* dari 24,5% menjadi 46,4%.<sup>19</sup> Selaras dengan penelitian Muhammad Dian R & Afif Nur R menunjukkan bahwa variabel e-wom, brand image dan brand trust mempengaruhi sebesar 58,2% terhadap variabel keputusan konsumen dan sisa 41,8% dipengaruhi oleh faktor yang lain.<sup>20</sup> Kedua penelitian ini membahas tentang upaya meningkatkan keputusan konsumen melalui *Word Of Mouth* (WOM) dan hasilnya mempengaruhi kurang lebih 50%.

---

<sup>18</sup> Muhammad Iqbal, “Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Yogyakarta”, *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol: 4. No 1 H. 130

<sup>19</sup> M. Dian R & Budi R, “Pengaruh Word Of Mouth (WOM) terhadap purchase intention melalui brand image pada lembaga kursus bahasa Inggris Dynamic English Course Pare”, *EkoNiKa: Jurnal ekonomi Universitas Kediri*, no. 2(2016):202

<sup>20</sup> M.Dian R, Afif Nur R, “Pengaruh E\_WOM, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 7, no.2 (2019): 233-246.

Penelitian Indah Nur A di STKIP Pasundan Cimahi mengungkapkan bahwa *Word Of Mouth* (WOM) terhadap keputusan mahasiswa signifikan sebesar 11,96%. Variabel *Word Of Mouth* (WOM) terhadap citra perguruan tinggi signifikan 39,86% menunjukkan pengaruh positif. Sub variabel *Word Of Mouth* (WOM) dalam penelitian ini yaitu pesan, sumber informasi, dan hasil. Penilaian yang paling banyak terdapat dalam sumber informasi sebesar 34% dengan secara informal seseorang memberikan informasi atau adanya orang dalam *reference group* yang mempunyai pengetahuan, ketrampilan, kepribadian pengaruh sosial kepada orang lain.<sup>21</sup>

Hasil berbeda dengan Muh. Dian dan Evi H dalam penelitiannya bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Words of Mouth* (WOM), minat konsumen, dan *brand image* terhadap keputusan konsumen yang dilakukan di lembaga kursus Kampung Inggris Pare Kediri dengan jumlah responden 100 pelajar. Hasil penelitian ini yang menggunakan analisis regresi sederhana variabel *Words of Mouth* (WOM) berpengaruh terhadap keputusan konsumen dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , variabel yang kedua minat konsumen terhadap keputusan konsumen berpengaruh positif dengan nilai signifikansi  $0,038 < 0,05$ , serta yang ketiga variabel *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dengan nilai signifikansi yang lebih tinggi  $0,829 > 0,05$ . Berdasarkan hasil penelitian di

---

<sup>21</sup> Indah Nur A dan Rieka Sri R, "Pengaruh *Word of Mouth* Marketing terhadap citra perguruan tinggi dan dampaknya terhadap keputusan menjadi mahasiswa di STKIP Pasundan Cimahi", *Tourism Scientific Jurnal* 3, no.1 (2017): 51

atas, *Words of Mouth* (WOM) adalah variabel yang mempunyai pengaruh dominan.<sup>22</sup>

Penelitian yang dilakukan SL. Triyaningsih dan Rahayu T berbeda dengan penelitian yang sebelumnya menggunakan *Words Of Mouth* (WOM) sebagai mediasi antara citra perguruan tinggi dengan keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Unsri Surakarta. Hasil dari penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 32,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor yang lain. Dalam penelitian ini citra perguruan tinggi mempunyai nilai uji realibilitas tertinggi sebesar 0,648 dengan sub variabel *Advertising, public relations, physical image* dan *actual experience*.

Penelitian dengan subjek seperti ini telah banyak diteliti yang hasilnya menyatakan bahwa *Words of Mouth* (WOM) berpengaruh positif terhadap keputusan memilih jasa. Dari penelitian sebelumnya dapat dilihat kesamaan pembahasan dan hasil penelitian, yaitu berpengaruh positif dan signifikan. Perbedaan terlihat dari hasil penelitian sebelumnya, dalam hal ini penelitian dengan citra sebagai variabel mediasi dengan citra prodi menjadi variabel X berbeda hasilnya dan terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa citra tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. *Words of Mouth* (WOM) yang merasakan kepuasan terhadap barang/jasa dapat membentuk persepsi dan citra yang baik sehingga

---

<sup>22</sup> Muh. Dian R dan Evi Husniati S, "Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare Kediri)", *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri* 3, no.2 (2018): 118-135

berpengaruh terhadap memengaruhi orang lain untuk memilih barang/jasa tersebut.<sup>23</sup>

Dengan demikian, dari penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel citra merek/perusahaan, *Words of Mouth* (WOM), dan keputusan konsumen memiliki hubungan pengaruh positif. Sementara itu, dari penelitian dalam jasa pendidikan yang menggunakan tiga variabel sama, tetapi menunjukkan hasil berbeda, yaitu pada variabel *brand image*. Dalam hal ini peneliti ingin menguji lebih lanjut mengenai ketiga variabel, yaitu citra prodi, *Words of Mouth* (WOM), dan keputusan konsumen dalam jasa pendidikan sehingga penelitian ini dapat memperkaya literatur-literatur penelitian sebelumnya tentang public relations keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Gambaran umum pada sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab, antara lain:

**BAB I PENDAHULUAN.** Pada bagian ini menjelaskan alasan dan urgensi dalam masalah penelitian ini, serta rumusan masalah yang berisi inti masalah dan pertanyaan penelitian. Selanjutnya terdapat bagian tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

---

<sup>23</sup> Nurul Imani K, "Analisis pengaruh *Word Of Mouth* dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover kota Semarang", *Jurnal FEB UNMUL* 22, no.2 (2020):286-295

**BAB II LANDASAN TEORI.** Pada bagian ini berisi ulasan teori-teori dari berbagai referensi, buku, atau jurnal yang relevan, dan hipotesis penelitian yang akan diuji.

**BAB III METODE PENELITIAN.** Pada bagian ini berisi penjelasan dari jenis penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, tempat dan waktu, populasi dan sampel, instrumen dan teknik pengujian, uji validitas dan reabilitas dan teknik analisis data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.** Berisi tentang hasil penelitian dan pembahasannya. Penulis juga mencantumkan gambaran umum tentang objek penelitian, hasil analisis data secara deskriptif dan inferensial dan dilakukan uji hipotesis.

**BAB V PENUTUP.** Pada bagian terakhir berisi kesimpulan, saran dan kata penutup. Kesimpulan berfungsi menjawab rumusan masalah yang dirancang, menentukan pengaruh hipotesis berpengaruh atau tidak. Dan kekurangan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk program studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan pada Bab IV, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Hubungan variabel *Words of Mouth* (WOM) dengan pemilihan prodi termasuk dalam kategori kuat. Sementara itu, hubungan citra prodi terhadap pemilihan prodi juga termasuk dalam kategori kuat. Berdasarkan uji korelasi parsial dengan variabel kontrol citra prodi, citra prodi berperan sebagai mediator hubungan *Words of Mouth* (WOM) terhadap pemilihan prodi. Artinya sekalipun informasi tentang prodi MPI dari mulut ke mulut sudah berkembang dimasyarakat, pada akhirnya citra prodi yang menunjukkan pemilihan prodi MPI

2. Peningkatan citra prodi memengaruhi peningkatan pemilihan prodi. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra prodi sebagai mediator memiliki pengaruh yang lebih besar dari variabel *Words of Mouth* (WOM). Dengan demikian, citra prodi memiliki kontribusi dalam meningkatkan pemilihan prodi untuk memilih Prodi MPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Pengaruh antara variabel *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi ditunjukkan melalui persamaan regresi linier berganda, dengan hasil setiap tahun ajaran berbeda. Tahun 2018 koefisien regresi *Words of Mouth* (WOM) sebesar 0,241 dan citra prodi sebesar 0,582. Tahun ajaran 2019 koefisien regresi *Words of Mouth* (WOM) sebesar 0,230 dan citra prodi sebesar 0,626. Tahun 2020 koefisien regresi *Words of Mouth* (WOM) sebesar 0,216 dan citra prodi sebesar 0,703. Dan tahun 2021 koefisien regresi *Words of Mouth* (WOM) sebesar 0,241 dan citra prodi sebesar 0,582. Mulai tahun ajaran 2018-2021 dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel citra prodi lebih tinggi dari pada variabel *Word of Mouth* (WOM) paling tinggi pada tahun 2020 dengan nilai koefisien regresi 0,703. Secara keseluruhan pengaruh antara variabel *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi terhadap pemilihan prodi ditunjukkan melalui persamaan regresi linier berganda, yaitu  $Y = 8,690 + 0,219 X_1 + 0,702 X_2$ . Pada koefisien regresi bertanda positif menandakan berkorelasi dari kedua variabel. Setiap terjadi kenaikan pada variabel *Words of Mouth* (WOM) dan citra prodi, akan menyebabkan kenaikan pada variabel pemilihan prodi sebesar 0,921.

## B. Saran

1. Prodi Manajemen Pendidikan Islam diharapkan menjaga dan meningkatkan kualitas citra prodi yang baik untuk meningkatkan pemilihan prodi dalam memilih prodi. Sementara itu, *Words of*



*Mouth* (WOM) merupakan salah satu metode yang harus ditingkatkan untuk mencapai pemilihan prodi.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan mengkaji kembali agar dapat melengkapi atau mendukung hasil dari penelitian ini.



## KATA PENUTUP

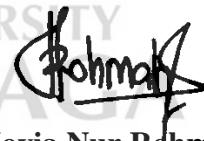
Segala puji hanya dihaturkan kepada Allah Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan taufiq, rahmat, hidayah serta inayah\_Nya sehingga penulis berkesempatan menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW suri tauladan seluruh aspek kehidupan.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi tidak luput dari bimbingan, dukungan dan motivasi dari orang-orang yang dengan ikhlas menemani sampai selesai pengerjaan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat serta karunianya atas apa yang telah diberikan kepada Penulis. Semoga penelitian ini dapat memeberikan manfaat bagi khalayak umum.

Yogyakarta, 15 September 2022

Penulis,



Novia Nur Rohmah  
17104090033

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Conny P, Prima & Srikandi K, Andriani K. 2014. Pengaruh citra merek terhadap word of mouth dan keputusan pembelian (Survei Pada Konsumen Dapoeur Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis* 10, no.1 1-7.
- Dian R, M. & Afif Nur R. 2019. Pengaruh E\_WOM, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 7, no.2 233-246.
- Elisa, Sabda P. 2014. Pengaruh word of mouth terhadap keputusan siswa memilih perguruan tinggi: kasus sekolah tinggi pariwisata ambarrukmo yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata* 8 60.
- George, Darren & Paul Maller. 2009. *SPSS for Windows Step by Step! A Simple Guide and Reference*. Boston: Allynd Bacon.
- Hidayat, Ara. *pengelolaan pendidikan, konsep, prinsip dan aplikasi dalam mengelola sekolah dan madrasah*. Yogyakarta: Penerbit Kauba, 2012.
- Imani K, Nurul. 2020. Analisis pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover kota Semarang. *Jurnal FEB* 22, no.2 286-295.
- Kotler, Philip & Veronica Wong, dkk. 2005. "Principles of Marketing." Pearson Education Limited 279.
- Kurniasih, Dewi & Elizabeth. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Getaok Tular terhadap keputusan Pembelian Jasa (The Influence of Service Quality, Brand Image and Word of Mouth on Service Purchase Decisions). *Review Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis (Rambis)* 1
- Machali, Imam. 2018. *Statistik itu Mudah*. Yogyakarta: PPMI.
- Mega Y, Luh Gede & Putu Agus JS. 2021. Pengaruh Citra merek dan electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Marketplace

Lazada di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 13, no.1 22-30.

Nur A, Indah & Rieka Sri ar. 2017. Pengaruh Word of Mouth terhadap citra perguruan tinggi dan dampaknya terhadap keputusan menjadi mahasiswa di STKIP Pasundan Cimahi. *Tourism Scientific Jurnal* 31-57.

Purwati, Yayuk. 2021. Strategi Pembiayaan Pada Lembaga Pendidikan Islam Melalui Tanggung Jawab Sosial (Csr) Studi. *Studi Manajemen Pendidikan Islam* 5, no.1 (2021):65-67.

Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press 43-44,

Redho Syam, Aldo dan Moch. Charis H. 2019. Peran bagian Public Relations dalam meningkatkan reputasi lembaga pendidikan di era otonomi pendidikan. *Tadarus: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol.8 No.1 (2019):3

Saputro, Mahardi. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi. *Jurnal Pendidikan Informatika dan Sains*, Vol. 6 No. 1: 14

Sugiyono. 2014. *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif,kualitatif dan R &D*.Alfabeta 26.

Sulistyaningtyas, Devi. 2007. Peran Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.04, No.02

Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras,

Yoga A,Kadek & I Made W. 2017. Peran Brand Equity dalam memedia pengaruh word of mouth terhdap niat beli. *E-Jurnal manajemen Unud* 6, no.2 830-856.

Zain, Rinduan. 2018. *Handout Metodologi Penelitian -1*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga,

<https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/133/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html> diakses pada Sabtu 14 Januari 2023

<https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/133/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html> diakses pada sabtu 14 Januari 2023

<https://uin-suka.ac.id/id/berita/detail/941/uin-sunan-kalijaga-kembali-jadi-ptkin-dengan-daya-saing-tertinggi-di-um-ptkin-2022> diakses pada 14 Januari 2023