

ABSTRAK

Penulis Denise Jonathan Ahmad Sungkar, NPM : 0212u049, Dosen Pembimbing : Sri Wiludjeng SP, S.E., M.P dengan Judul ; “Pengaruh Brand Image (Citra Merk) dan Reputasi Universitas Terhadap Minat masuk calon Mahasiswa Widyatama ”

Jumlah lulusan SMA-MA setiap tahunnya semakin meningkat. Hal tersebut juga terlihat pada lulusan SMA-MA. Jumlah siswa yang melanjutkan ke jenjang perkuliahan dari jumlah lulusan SMA-MA lebih dari satu juta lulusan. Jumlah mahasiswa yang diterima oleh perguruan tinggi negeri hanya mencapai seperempat dari jumlah lulusan SMA-MA. Kapasitas daya tampung Perguruan Tinggi Negeri setiap tahunnya tidak memiliki peningkatan yang signifikan sehingga masih banyaknya calon mahasiswa yang tidak mendapatkan kursi di bangku Perguruan Tinggi Negeri. Perguruan Tinggi Swasta menjadi solusi bagi masalah tersebut. Meskipun Perguruan Tinggi Swasta namun dapat bersaing dengan Perguruan Tinggi Negeri. Jumlah perguruan tinggi swasta di Indonesia khususnya di Bandung yang cukup banyak menjadikan perguruan tinggi swasta bersaing untuk mendapatkan calon mahasiswa yang berkualitas. Agar hal tersebut tercapai, diperlukan faktor-faktor tertentu yang dapat dijadikan nilai lebih dibandingkan pesaingnya sehingga akhirnya calon mahasiswa dapat menentukan minat masuk. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui *brand image* dan Reputasi terhadap Minat masuk. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Sampel di dalam penelitian ini calon mahasiswa baru yang akan melanjutkan ke perguruan tinggi. Sementara itu, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk data primer dan data sekunder diperoleh dari literatur seperti jurnal, buku dll. Analisis jalur path digunakan di dalam penelitian ini untuk menganalisis data secara statistik. Hasil penelitian analisis jalur path menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan Reputasi universitas memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap minat masuk.

Kata Kunci : *Brand Image, Reputasi Universitas, Minat masuk*

ABSTRACT

Writter Denise Jonathan Ahman Sungkar, NPM: 0212U049, Lecture: Sri Wiludjeng SP, S.E., M.P with title: "The impact of Brand Image and University Reputation on Buying Interest of Widyatama University

Increasing the number of high school graduates each year MA increasingly visible. It is also seen on MA and high school graduates. The number of students who continue to pursue the course of a number of high school graduates-MA more than one million graduates. The number of students accepted by universities only reached a quarter of the number of high school graduates-MA. Accommodating capacity Universities every year do not have a significant increase so that there are still many students who do not get a seat on the bench Universities. Colleges be the solution to the problem. Although the Colleges but the quality can compete with State Universities. The number of private universities in Indonesia, especially in Bandung, which pretty much makes private colleges compete for qualified applicants. For this to be achieved, we need certain factors that can serve more value than its competitors and eventually students can specify an interest in. This study aimed to determine an effect brand image and reputation on buying interest. The method used is descriptive method. Samples in this study prospective new students who will go on to college. Meanwhile, the data collection is done by distributing questionnaires to primary data and secondary data obtained from literature like journals, books etc. Path path analysis used in this study to analyze the data statistically. The results of the study path analysis showed that the brand image and university reputation variables contribute positively and significantly to the buying interests.

Key Words : Brand Image, Reputation University, Interest