

ABSTRAK

CITRA UNIT KEGIATAN MAHASISWA TAEKWONDO DAN PENGETAHUAN MAHASISWA DALAM MENENTUKAN MINAT MAHASISWA UNTUK AKTIF DALAM UNIT KEGIATAN MAHASISWA TAEKWONDO UNIVERSITAS WIDYATAMA

Oleh

Galuh Boga Kuswara
1417103021

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar citra unit kegiatan mahasiswa Taekwondo Universitas Widyatama dan pengetahuan mahasiswa Universitas Widyatama dalam menentukan minat mahasiswa Universitas Widyatama untuk aktif aktif kedalam unit kegiatan mahasiswa Taekwondo Universitas Widyatama. Penelitian ini dilakukan kepada 122 responden dengan membagikan kuesioner kepada mahasiswa-mahasiswa Universitas Widyatama pada bulan Agustus sampai dengan bulan Desember tahun 2018 dilingkungan Universitas Widyatama. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif untuk mengolah seluruh hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden. Pengolahan hasil kuesioner untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan program *Microsoft Excell* dan *LISREL For Student*, dimana uji hipotesis menggunakan metode analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra unit kegiatan mahasiswa Taekwondo Universitas Widyatama memiliki hubungan yang kurang erat kepada minat mahasiswa untuk aktif kedalam unit kegiatan mahasiswa Taekwondo Universitas Widyatama dan pengetahuan mahasiswa memiliki hubungan yang rendah dalam menentukan minat mahasiswa untuk aktif kedalam unit kegiatan mahasiswa Taekwondo Universitas Widyatama. Sedangkan kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang sangat erat dalam menentukan minat mahasiswa untuk aktif kedalam unit kegiatan mahasiswa Taekwondo Universitas Widyatama, dimana apabila kedua variabel tersebut dapat dikembangkan secara aplikatif maka minat mahasiswa untuk aktif kedalam unit kegiatan mahasiswa Taekwondo Universitas Widyatama juga akan meningkat.

Kata kunci : Taekwondo, Universitas Widyatama, Citra Merek, Pengetahuan Konsumen, Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

TAEKWONDO BRAND IMAGES AND STUDENT KNOWLEDGE IN DETERMINING INTEREST OF STUDENTS TO ACTIVE AT TAEKWONDO STUDENT ORGANIZATION UNIT OF WIDYATAMA UNIVERSITY

By

Galuh Boga Kuswara
1417103021

This study aims to find out how far the brand images of the Widyatama University Taekwondo student organization unit and the knowledge of Widyatama University students in determining the interest of Widyatama University students to actively participate in the Widyatama University Taekwondo student organization unit. This research was conducted on 122 respondents by distributing questionnaires to Widyatama University students in August to December 2018 at Widyatama University. This research method uses descriptive and verification methods to process all the results of questionnaires that have been distributed to respondents. Processing the results of the questionnaire to test the research hypothesis using the Microsoft Excel program and LISREL For Student, where hypothesis testing uses path analysis methods. The results of the study show that the image of the Widyatama University Taekwondo student organization unit has a close relationship to the interest of students to actively participate in the Widyatama University Taekwondo student organization unit and student knowledge has a low relationship in determining students' interest to actively join the Taekwondo student organization unit Widyatama University. While the two variables have a very close relationship in determining the interest of students to actively participate in Widyatama University Taekwondo student organization unit, where if both of these variables can be developed applicatively, the interest of students to actively participate in the Widyatama University Taekwondo student organization unit will also increase.

Keywords: Taekwondo, Widyatama University, Brand Images, Consumer Knowledge, Consumer Buying Interest.