

ABSTRAK

Nama : Iman Sudiarso

NPM : 2102022041

Program Studi : Magister Manajemen

Judul Tesis : ANALISIS PENGARUH FASILITAS DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH DENGAN *WORD OF MOUTH* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA ISLAM TERPADU ASH-SHIDDIQ JAKARTA UTARA)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya bukti empiris mengenai analisis pengaruh Pengaruh Fasilitas Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Dengan *Word of mouth* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Ash-Shiddiq Jakarta Utara). Pada penelitian ini teknik analisis yang digunakan yaitu metode struktural Equation Model (*SEM*) *Partial Least Square* (PLS) yang diolah menggunakan *SmartPLS* versi 4. Responden pada penelitian ini yaitu orangtua/wali siswa SMPIT Ash-Shiddiq Jakarta Utara yang berjumlah 130 responden dengan menggunakan model pengambilan sampel yaitu *simple random sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen kuesioner untuk diberikan secara langsung dengan penyebaran link *whatsapp* yang memunculkan halaman *google form*. Dalam hasil penelitian menunjukan bahwa pada (1) Fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Memilih Sekolah, (2) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Sekolah. (3) Fasilitas berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap *Word of mouth*. (4) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of mouth*. (5) *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Sekolah. (6) *Word of mouth* tidak mampu memediasi pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Memilih Sekolah. (7) *Word of mouth* mampu memediasi pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Memilih Sekolah.

Kata Kunci: Fasilitas., *Brand Image*., *Word of mouth*., Keputusan Memilih Sekolah.

ABSTRACT

Name : Iman Sudiarso
NPM : 2102022041
Study Program : Magister Manajemen
Thesis Title : ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FACILITIES AND *BRAND IMAGE* ON SCHOOL SELECTION DECISIONS USING *WORD OF MOUTH* AS A MEDIATING VARIABLE
(STUDY AT ASH-SHIDDIQ INTEGRATED ISLAMIC MIDDLE SCHOOL, NORTH JAKARTA)

This study aims to determine the existence of empirical evidence regarding the analysis of the influence of Facilities and Brand Image on the Decision to Choose a School with Word of mouth as a Mediating Variable (Study at Ash-Shiddiq Integrated Islamic Junior High School, North Jakarta). In this study, the analysis technique used is the structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS) method which is processed using SmartPLS version 4. Respondents in this study were parents/guardians of Ash-Shiddiq Islamic Junior High School, North Jakarta, totaling 130 respondents using a sampling model, namely simple random sampling. Data were collected using a questionnaire instrument to be given directly by distributing a WhatsApp link that displays a Google form page. The results of the study show that (1) Facilities have a positive but not significant effect on the Decision to Choose a School, (2) Brand Image has a positive and significant effect on the Decision to Choose a School. (3) Facilities have a negative but not significant effect on Word of mouth. (4) Brand Image has a positive and significant effect on Word of mouth. (5) Word of mouth has a positive and significant effect on the Decision to Choose a School. (6) Word of mouth is not able to mediate the influence of Facilities on the Decision to Choose a School. (7) Word of mouth is able to mediate the influence of Brand Image on the Decision to Choose a School.

Keywords: *Facilities., Brand Image., Word of mouth, Decision to Choose a School.*