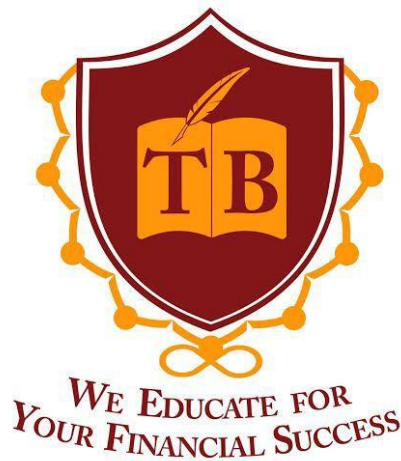


**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA MEMILIH
biMBA AIUEO**

(Studi Kasus pada biMBA AIUEO Margahayu sebagai Lembaga
Pendidikan non-formal)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh :

SYARIFATUN ZAKIYYAH

222711007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
BEKASI
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Syarifatun Zakiyyah
NIM : 222711007
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan *Word of Mouth*
terhadap Keputusan Orang Tua memilih biMBA
AIUEO (Studi kasus pada biMBA AIUEO unit Margahayu)

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi syarat untuk memenuhi gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Bekasi, 29 Juli 2026

Ka. Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing



Stella Nathasya, SE., MM

NIDN: 9546774675230273



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN: 0325107402

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA MEMILIH biMBA AIUEO
(STUDI KASUS PADA biMBA AIUEO MARGAHAYU**

OLEH

SYARIFATUN ZAKIYYAH

222711007

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam
Ilmu Manajemen yang telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti yang
tertera dibawah ini

Bekasi, 31 Agustus 2026

Ketua Tim Penguji



Drs. Tigor Hutapea, ME.

NIDN : 0327096203

Anggota Tim Penguji 1

Anggota Tim Penguji 2



Dr. Sofia Maulida, SE., MM

NIDN : 0309627801



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN: 0325107402



Dipindai dengan CamScanner

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 29 Juli 2026



Svarifatun Zakiyah

222711007

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Nama : Syarifatun Zakiyyah
NIM : 222711007
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : S1 Manajemen

Dengan ini menyatakan memberikan izin kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Promosi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Orang Tua memilih biMBA AIUEO (Studi Kasus pada biMBA AIUEO Margahayu)" beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti berhak untuk menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 29 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Syarifatun Zakiyyah

222711007

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa : “Fa inna ma’al – ‘usri Yusra”, inna ma’al – ‘usri Yusra”
“setiap kesulitan pasti ada kemudahan”

(QS. Al Insyirah 94:5-6)

“Ketika kamu Ikhlas menerima semua kekecewaan pada hidup, maka Allah akan membayar tuntas kekecewaanmu dengan beribu kebaikan”

-Ali bin Abi Thalib-

“Long story short, I survived.”

(Taylor Swift)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Alamiin, karya ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tiada terhingga kepada kedua Orang Tua tercinta, Bapak Swarno dan teristimewa Mama Tini yang telah melahirkan, merawat, membimbing dan melindungi dengan tulus serta penuh keikhlasan, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya, serta yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dan juga dukungan sepenuh hati.

Karya ini juga saya persembakan kepada diri sendiri, terima kasih telah bertahan sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, promosi, dan *word of mouth* terhadap keputusan orang tua memilih biMBA AIUEO, khususnya pada biMBA AIUEO unit Margahayu. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah orang tua siswa yang mendaftarkan anaknya di biMBA AIUEO Margahayu. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh (sensus) dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert, selanjutnya data diolah menggunakan program SPSS versi 29, sehingga data yang digunakan berupa data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua ($t_{hitung} 4,266 > t_{tabel} 2,013$ sig. $0,000 < 0,05$), sehingga H1 diterima; (2) variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua ($t_{hitung} 3,363 > t_{tabel} 2,013$ sig. $0,002 < 0,05$), sehingga H2 diterima; (3) variabel *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua ($t_{hitung} 2,371 > t_{tabel} 2,013$ sig. $0,022 < 0,05$), sehingga H3 diterima; dan (4) variabel citra merek, promosi, dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua ($F_{hitung} 198,355 > F_{tabel} 2,70$ sig. $0,001 < 0,05$), sehingga H4 diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,924 menunjukkan bahwa sebesar 92,4% keputusan orang tua dapat dijelaskan oleh variabel citra merek, promosi, dan *word of mouth*, sedangkan 7,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi, *Word of Mouth*, Keputusan Orang Tua.

ABSTRACT

This study was conducted to determine the influence of brand image, promotion, and word of mouth on parents' decisions to choose biMBA AIUEO, particularly biMBA AIUEO Margahayu unit. This research employed a quantitative method with a descriptive approach. The population of this study consisted of parents who enrolled their children at biMBA AIUEO Margahayu. This study used a saturated sampling (census) technique with a total sample of 50 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a Likert scale, and the data were then processed using SPSS version 29, resulting in primary data. The results of this study show that: (1) the brand image variable partially has a positive and significant effect on parents' decisions (t count 4.266 > t table 2.013 sig. 0.000 < 0.05), so H1 is accepted; (2) the promotion variable partially has a positive and significant effect on parents' decisions (t count 3.363 > t table 2.013 sig. 0.002 < 0.05), so H2 is accepted; (3) the word of mouth variable partially has a positive and significant effect on parents' decisions (t count 2.371 > t table 2.013 sig. 0.022 < 0.05), so H3 is accepted; and (4) the variables of brand image, promotion, and word of mouth simultaneously have a positive and significant effect on parents' decisions (F count 198.355 > F table 2.70 sig. 0.001 < 0.05), so H4 is accepted. The coefficient of determination (R^2) value of 0.924 indicates that 92.4% of parents' decisions can be explained by the variables of brand image, promotion, and word of mouth, while the remaining 7.6% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Brand Image, Promotion, Word of Mouth, Parents' Decision.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Orang Tua Memilih biMBA AIUEO (Studi Kasus pada biMBA AIUEO Margahayu)**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen di STIE Tri Bhakti

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian penelitian tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Allah SWT** yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang senantiasa mendengarkan keresahan dan doa-doa penulis, yang selalu memberikan jawaban di setiap masalah yang di hadapi penulis dan selalu memberikan kemudahan bagi penulis dalam menjalani kehidupan duniawi. Terima kasih telah menjadi satu-satunya rumah tempatku pulang saat dunia terasa begitu bising. Terima kasih telah menjaga waras dalam setiap langkahku, bahkan di saat penulis hampir lupa alasan untuk tetap hidup.
2. **Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa**, Dr. Marion E. Aritonang
3. **Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa**, Horas Sebastian E. Tobing
4. **Ketua Tri Bhakti Business School**, Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom
5. **Ketua Program Studi Manajemen**, Stella Nathasa, SE., MM
6. **Dosen Pembimbing**, Dr. Eddy Setyanto S.Sos.,M.Si terima kasih untuk waktu, arahan, dan segala kesabaran yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

7. **Seluruh Bapak/Ibu Dosen** yang sudah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh Pendidikan Sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.
8. **Seluruh Staff dan Bagian Akademik** yang sudah membantu keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi dan belajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
9. **Kedua orang tua tercinta**, Bapak Swarno dan Mama Tini yang senantiasa memberikan kesabaran, kepercayaan, serta doa kepada penulis dalam menuntaskan tanggung jawab. Terima kasih untuk seluruh dukungan yang diberikan, baik secara material maupun emosional, sejak awal penulis berjuang untuk mendapatkan perguruan tinggi hingga bisa menyelesaikan perkuliahan ini. Terima kasih atas kerja keras dan pengorbanan dalam menyediakan fasilitas pendidikan terbaik bagi anak-anaknya. Meskipun kami tidak terbiasa mengungkapkan secara langsung namun penulis yakin bahwa di balik keheningan itu selalu teriring doa dan harapan orang tua penulis. Semoga skripsi ini menjadi sumber kebanggaan dan kebahagiaan bagi Bapak dan Mama karena telah mengantarkan anak perempuan pertamanya menjadi sarjana pertama dalam keluarga ini. Besar harapan penulis, semoga Bapak dan Mama senantiasa diberikan kesehatan, umur yang panjang, serta kesempatan untuk terus menyaksikan keberhasilan penulis di masa mendatang.
10. **Adikku tersayang**, Arif yang selalu mengusahakan saat kakak nya membutuhkan bantuan. Terima kasih telah menjadi sumber semangat kecil yang sangat berarti.
11. **Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya**, Mas Vajar Bayu Satria yang menjadi salah satu penyemangat dalam suka maupun duka, selalu membersamai di hari yang tidak mudah, selalu sabar menghadapi sikapku selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dalam hidupku, menjadi pendengar yang baik, penasehat yang baik, senantiasa memberikan cinta dan semangat untuk tidak pantang menyerah.

12. **Sahabat-sahabatku tersayang** Hurin, Indri, Izza, Wardah, terima kasih atas kebersamaan yang kurang lebih berlangsung 10 tahun ini. Semoga persahabatan ini senantiasa semakin membaik dan mendatangkan hal-hal baik.
13. **Teman sesi “Kopi Kenangan”**, khususnya Yusuf yang selalu sabar dan membantu memecahkan permasalahan dalam proses skripsi ini. Terima kasih telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. **Teman tersayangku** Lia, ka Nadia, Hulda yang telah menjadi teman seperjuangan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Dukungan, bantuan, serta kebersamaan yang terjalin di antara kami sangat berarti dan memberikan semangat dalam menghadapi berbagai tantangan. Penulis mengucapkan terima kasih atas kerja sama dan kenangan berharga hingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
15. **Ibu Ari Sulistiowati, S.K.M** selaku kepala unit biMBA AIUEO unit Margahayu, terima kasih telah mengizinkan penulis mengambil objek penelitian di biMBA AIUEO unit Margahayu. Terima kasih atas segala kebaikan selama penulis bergabung dalam motivator biMBA AIUEO.
16. **Partner ngajarku mba Witri dan mba Ella**, terimakasih atas energi positif dan segala kekonyolan yang bisa memberikan tawa bahagia disetiap hari yang kita lalui. Sehat dan Bahagia selalu ya.
17. **Teruntuk diri ku sendiri**, Syarifatun Zakiyyah, terima kasih telah menjadi perempuan tangguh dan tulus. Terima kasih telah berusaha dan bertahan sampai sejauh ini, u are best girl. Semoga hal-hal baik semakin mengiringi langkah kita kedepan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Penelitian	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	9
2.1.2 Definisi Keputusan Orang Tua Memilih	9
2.1.3 Dimensi Keputusan Orang Tua Memilih	10
2.1.4 Definisi Citra Merek	11
2.1.5 Manfaat Citra Merek	11
2.1.6 Dimensi Citra Merek	12
2.1.7 Definisi Promosi	13
2.1.8 Tujuan Promosi	14
2.1.9 Dimensi Promosi	14
2.1.10 Definisi <i>Word Of Mouth</i>	15

2.1.11 Dimensi Word of Mouth	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Penelitian	22
2.4 Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.1.1 Tujuan Penelitian	27
3.1.2 Metodologi Penelitian	27
3.1.3 Strategi penelitian	28
3.1.4 Keterlibatan Penelitian	28
3.1.5 Latar Penelitian	28
3.1.6 Waktu Pelaksanaan	29
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	29
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel	34
3.3.2.1 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.4 Sumber Data	34
3.4.1 Data Primer	34
3.4.2 Data Sekunder	35
3.5 Teknik Analisis Data	36
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian	36
3.5.1.1 Uji Validitas	36
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	37
3.6 Uji Asumsi Klasik	37
3.6.1 Uji Normalitas	37
3.6.2 Uji Multikolinieritas	38
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.6.4 Uji Regresi Linear Berganda	38
3.7 Uji Hipotesis	39
3.7.1 Uji Parsial (Uji T)	39
3.7.2 Uji Simultan (Uji F)	39
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Profil Singkat biMBA AIUEO	41
4.1.2 Visi dan Misi biMBA AIUEO	41

4.1.3 Logo biMBA AIUEO	42
4.2 Karakteristik Responden	42
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.2 Berdasarkan Usia	43
4.2.3 Berdasarkan Pekerjaan	44
4.3 Analisis Deskriptif	45
4.3.1 Analisis Deskriptif Citra Merek (X1)	45
4.3.2 Analisis Deskriptif Promosi (X2)	47
4.3.3 Analisis Deskriptif <i>Word of Mouth</i> (X3)	51
4.3.4 Analisis Deskriptif Keputusan Orang Tua (Y)	53
4.4 Uji Validitas	55
4.4.1 Uji Validitas Citra Merek (X1)	56
4.4.2 Uji Validitas Promosi (X2)	57
4.4.3 Uji Validitas Word of Mouth (X3)	58
4.4.4 Uji Validitas Keputusan Orang Tua (Y)	59
4.5 Uji Reliabilitas	59
4.5.1 Uji Reliabilitas Citra Merek (X1)	60
4.5.2 Uji Reliabilitas Promosi (X2)	60
4.5.3 Uji Reliabilitas <i>Word of Mouth</i> (X3)	61
4.5.4 Uji Reliabilitas Keputusan Orang Tua (Y)	61
4.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.7 Uji Asumsi Klasik	64
4.7.1 Uji Normalitas	64
4.7.2 Uji Autokorelasi	65
4.7.3 Uji Multikolinearitas	66
4.7.3 Uji Heteroskedastisitas	66
4.7.3.1 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	67
4.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas Glejser	67
4.8 Uji Kelayakan Hipotesis	68
4.8.1 Uji Parsial (Uji t)	68
4.8.2 Uji Simultan (Uji f)	70
4.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.9.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Orang Tua	72
4.9.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Orang Tua	73
4.9.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Orang Tua	75

4.9.4 Pengaruh Citra Merek, Promosi dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Orang Tua	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Simpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	23
Gambar 4. 1 Logo biMBA AIUEO	42
Gambar 4. 2 Grafik Normal P-Plot Uji Normalitas	65
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel (Y) Keputusan Memilih	30
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel (X1) Citra Merek	31
Tabel 3. 3 Pengukuran Variabel (X2) Promosi	32
Tabel 3. 4 Pengukuran Variabel (X3) Word of Mouth	33
Tabel 3. 5 Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert	36
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek (X1)	45
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi (X2)	47
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel Word of Mouth (X3)	51
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Orang Tua (Y)	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Instrumen Citra Merek (X1)	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi (X2)	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Instrumen Word of Mouth (X3)	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Orang tua (Y)	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1)	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2)	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Word of Mouth (X3)	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Orang Tua (Y)	61
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji Autokorelasi	65
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser	68
Tabel 4. 21 Hasil Uji Parsial (Uji t)	69
Tabel 4. 22 Hasil Uji Simultan (Uji f)	70
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
Tabel 4. 24 Perbandingan Nilai Mean Dimensi Variabel Citra Merek	72
Tabel 4. 25 Perbandingan Nilai Mean Dimensi Variabel Promosi	73
Tabel 4. 26 Perbandingan Nilai Mean Dimensi Variabel Word Of Mouth	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data SPSS	87
Lampiran 2 Formulir Kuesioner	94
Lampiran 3 Populasi dan Sampel	99
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden	101
Lampiran 5 Kartu Konsultasi	107
Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	108
Lampiran 7 Hasil Cek Plagiasi	109
Lampiran 8 Formulir Saran dan Perbaikan	110
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup	111