

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN  
TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI  
DI STIKes KHAS Kempek CIREBON  
DENGAN CITRA KAMPUS DAN KUALITAS PENDIDIKAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**  
(Studi Pada Siswa Kelas XI MA KHAS Kempek Tahun 2024)

**TESIS**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Magister Manajemen**



**Oleh :  
MUHAMMAD ARWANI  
NIM. 20211710019**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
SEKOLAH PASCASARAJANA  
UNIVERSITAS KUNINGAN  
TAHUN 2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN  
TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI  
DI STIKes KHAS Kempek CIREBON  
DENGAN CITRA KAMPUS DAN KUALITAS PENDIDIKAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Siswa Kelas XI MA KHAS Kempek Tahun 2024)**

Oleh :  
**MUHAMMAD ARWANI**  
NIM . 20211710019

### TESIS

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna  
memperoleh gelar Magister Manajemen

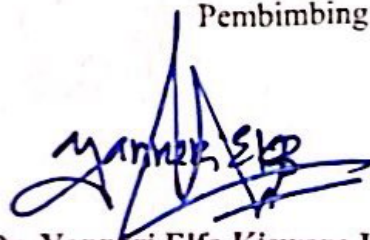
Telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini  
Kuningan, 11 Oktober 2024

Pembimbing I,



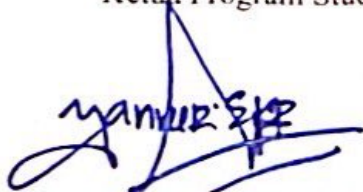
Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.  
NIK. 41038971054

Pembimbing II,



Dr. Yanneri Elfa Kiswara Rahmantva.,M.M.  
NIK. 410101890261

Ketua Program Studi,



Dr. Yanneri Elfa Kiswara Rahmantva.,M.M.  
NIK. 410101890261

Mengetahui / Menyetujui,

Direktur,



Dr. Hi-Entin Jumentini, M.Pd  
NIK. 410104720217

## LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN  
TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI  
DI STIKes KHAS Kempek CIREBON  
DENGAN CITRA KAMPUS DAN KUALITAS PENDIDIKAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Siswa Kelas XI MA KHAS Kempek Tahun 2024)**

Oleh :

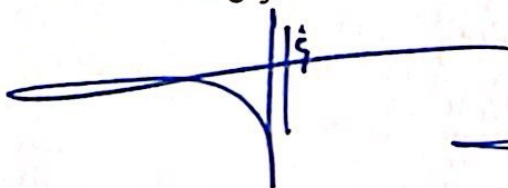
**MUHAMMAD ARWANI  
NIM . 20211710019**

**TESIS**

Telah berhasil mempertahankan Tesisnya  
pada tanggal 11 Oktober 2024 di hadapan Dewan Penguji.  
Tesis ini disahkan sebagai persyaratan untuk  
Mendapatkan Gelar Magister Manajemen di Sekolah Pascasarjana  
Universitas Kuningan

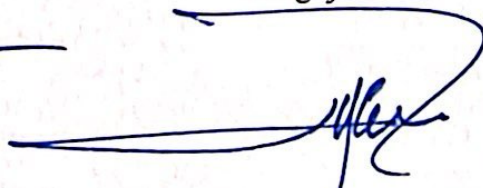
Susunan Dewan Penguji

Penguji I



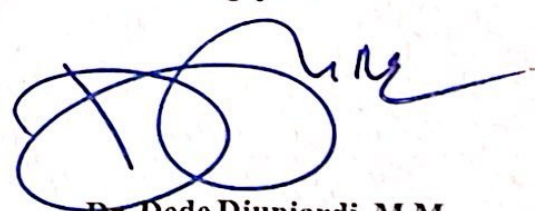
Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si  
NIK. 41038971054

Penguji II



Dr. Herma Wilharno, M.Si  
NIP. 196607121992031002

Penguji III



Dr. Dede Djuniardi, M.M.  
NIK. 41038971054

## PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (magister), baik di Universitas Kuningan maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Kuningan.

Kuningan, 11 Oktober 2024

Yang Membuat Pernyataan



**MUHAMMAD ARWANI**

**NIM. 20211710019**

## ABSTRAK

**Muhammad Arwani (2024), “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Melanjutkan Studi Di STIKes KHAS Kempek Cirebon Dengan Citra Kampus Dan Kualitas Pendidikan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Siswa Kelas XI MA KHAS Kempek Tahun 2024).”**

Tujuan Penelitian yakni : 1) menguji pengaruh komunikasi pemasaran terhadap citra kampus 2) menguji pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat melanjutkan studi 3) menguji pengaruh kualitas pendidikan terhadap citra kampus 4) menguji pengaruh citra kampus terhadap minat melanjutkan studi 5) menguji pengaruh kualitas pendidikan terhadap minat melanjutkan studi 6) menguji citra kampus dalam memediasi pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat studi 7) menguji kualitas pendidikan dapat memediasi pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat studi. Populasi pada penelitian ini adalah siswa-siswi kelas XI MA KHAS Kempek Tahun 2024 sebanyak 450 siswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proporsional random sampling*. Perhitungan jumlah sampel memakai rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan atau prosentase ketidakteelitian yang masih dapat ditolelir sebesar 5% diperoleh sampel sebanyak 228 siswa. Hasil penelitian yakni: 1) komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra kampus 2) komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat lanjut studi 3) komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pendidikan 4) citra kampus tidak berpengaruh terhadap minat lanjut studi 5) kualitas pendidikan tidak berpengaruh terhadap minat lanjut studi 6) citra kampus mampu memediasi secara parsial pengaruh komunikasi pemasaran terhadap proses minat lanjut studi 7) kualitas pendidikan mampu memediasi pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat lanjut studi.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran; Citra Kampus; Kualitas Pendidikan; Minat Lanjut Studi

## **ABSTRACT**

***Muhammad Arwani (2024), "Influence of Marketing Communications on Interests of Continuing Studies in STIKes KHAS Kempek Cirebon With Campus Images and Education Quality as Intervening Variables (Study on Class XI Students MA KHAS Kempek 2024)."***

*"Research Objectives are: 1) test the influence of marketing communications on campus images 2) test the impact of marketing communication on further study interests 3) test the effect of education quality on campus image 4) test the effects of campus images on further studies interests 5) test the quality of education on continuing study interest 6) test campus images in mediating the influences of market communication on student interests 7) test educational quality can mediate the influencing of marketing communication on study interest. The population on this study is eleventh grade student MA KHAS Kempek by 2024 of 450 students. Sampling technique using proportional random sampling. The calculation of the number of samples using the Slovenian formula with a rate of error or a tolerable percentage of lack of study of 5% obtained a sample of 228 students. Research results are: 1) marketing communication has a positive and significant influence on campus image 2) marketing communications have a positive, significant impact on further interests of study 3) marketing communication have a significant and positive impact on the quality of education 4) campus image has no effect on further study interests 5) education quality has no influence upon further interest of study 6) campus image is able to partially mediate the influence of marketing communication on the further interest process of study 7) education quality is capable of mediating the impact of market communication on further studies interests.*

*Keywords: Marketing Communications; Campus Image; Quality of Education; Interest in Advanced Studies*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam peneliti sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menghantarkan umat manusia menuju jalan kebenaran hakiki. Alhamdulillah peneliti telah menyelesaikan tesis yang berjudul "*Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Melanjutkan Studi Di STIKes KHAS Kempek Cirebon Dengan Citra Kampus Dan Kualitas Pendidikan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Siswa Kelas XI MA KHAS Kempek Tahun 2024).*"

Kelancaran dalam menyelesaikan penyusunan tesis ini hanya semata-mata karena ridho yang dilimpahkan Allah SWT, serta peneliti banyak mendapat bantuan dan dorongan dari semua pihak. Untuk itu perkenankanlah pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang Tua ku, Bapak Ali Mazhar dan Ibu Maesaroh yang selalu mendoakan, memberi kasih sayang tiada henti, memberi motivasi dan dukungan dalam penyusunan tesis ini
2. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
3. Dr. Yanneri Elfa Kiswara Rahmantya.,M.M. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Kuningan dan pembimbing II tesis yang telah banyak memberikan petunjuk dan saran yang berguna dalam
4. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku pembimbing I tesis yang telah banyak memberikan petunjuk dan saran yang berguna dalam penyusunan tesis ini.
5. Keluarga Besar Pondok Pesantren KHAS Kempek Cirebon, atas doa dan dukungan Masyayikh Kempek menjadikan penulis tetap semangat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Civitas Akademika dan Staff STIKes KHAS Kempek Cirebon yang telah menjadi responden, teman bertukar pikiran, serta memberi dukungan selama berlangsungnya penelitian dan penulisan tesis ini.
7. Yang terakhir teruntuk Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu serta memotivasi penyusunan tesis ini.  
Teruntuk semuanya *Jazakumullahu ahsanal jazaa' syukran katsiraan.*

Peneliti menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan penyusunan tesis ini.

Kuningan, Oktober 2024

**MUHAMMAD ARWANI**  
NIM. 20211710019

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Peneletian .....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	14
2.1 Kajian Pustaka .....	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	14
2.1.1.1 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	18
2.1.1.2 Langkah-Langkah Komunikasi Pemasaran .....	21
2.1.1.3 Proses Komunikasi Pemasaran .....	21
2.1.1.4 Indikator-indikator Komunikasi Pemasaran .....	25
2.1.2 Citra Lembaga .....	27
2.1.2.1 Pengertian Citra Perusahaan .....	27
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan .....	28
2.1.2.3 Indikator Citra Perusahaan .....	29
2.1.3 Kualitas Pendidikan .....	30
2.1.3.1 Pengertian Pendidikan Tinggi .....	31
2.1.3.2 Indikator- Indikator Kualitas Pendidikan .....	32
2.1.4 Minat Melanjutkan Studi .....	35



2.1.4.1	Pengertian Minat Lanjut Studi .....	35
2.1.4.2	Jenis-jenis Minat Lanjut Studi .....	36
2.1.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Lanjut Studi .....	37
2.1.4.4	Indikator-Indikator Minat Lanjut Studi .....	39
2.2	Penelitian Terdahulu .....	40
2.3	Kerangka Pemikiran .....	43
2.4	Hipotesis .....	47
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1	Desain dan Jenis Penelitian .....	48
3.2	Operasional Variabel .....	48
3.3	Populasi .....	51
3.4	Sampel .....	52
3.5	Teknik Pengambilan Sampel .....	52
3.6	Uji Instrumen Penelitian .....	53
3.6.1	Uji Validitas .....	53
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	55
3.7	Analisis Deskriptif .....	57
3.8	Analisis Verifikatif .....	57
3.8.1	Analisis SmartPLS .....	57
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1.	Identitas Responden .....	60
4.1.1.	Responden Menurut Jenis Kelamin .....	61
4.1.2.	Responden Menurut Kelas Jurusan Pendidikan .....	62
4.2.	Analisis Deskriptif .....	62
4.2.1.	Perhitungan Metode Tiga Kotak .....	63
4.2.2.	Perhitungan Frekuensi Indikator Pernyataan Kuesioner .....	64
4.2.3.	Perhitungan Nilai Indeks dan Rata-Rata Nilai Indeks .....	65
4.3.	Pendekatan Model Struktural .....	66
4.3.1.	Pengaruh Langsung .....	66
4.3.2.	Uji Kecocokan Model (Goodnes of Fit) .....	68

4.3.3. Pengaruh Mediasi .....	70
4.4. Pembahasan .....	71
4.4.1. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Citra Kampus .....	71
4.4.2. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Lanjut Studi .....	72
4.4.3. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kualitas Pendidikan .....	73
4.4.4. Pengaruh Citra Kampus Terhadap Minat Lanjut Studi .....	74
4.4.5. Pengaruh Kualitas Pendidikan Terhadap Minat Lanjut Studi .....	75
4.4.6. Mediasi Citra Kampus Pada Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Lanjut Studi .....	75
4.4.7. Mediasi Kualitas Pendidikan Pada Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Lanjut Studi .....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	78
5.1. Kesimpulan .....	78
5.2. Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Lulusan MA KHAS Tahun 2019 s.d 2023 .....	8
Tabel 1.2	Data Mahasiswa Baru STIKes KHAS Tahun 2019 s.d 2023	9
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel .....	49
Tabel 3.5	Teknik Pengambilan Sampel .....	53
Tabel 3.6.1	Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	54
Tabel 3.6.2	Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	56
Tabel 4.1.1	Jenis Kelamin Responden .....	61
Tabel 4.1.2	Kelas & Jurusan Pendidikan Responden .....	62
Tabel 4.2.2	Frekuensi Indikator Pernyataan .....	64
Tabel 4.2.3	Nilai indeks dan Rata-rata Nilai Indeks .....	65
Tabel 4.3.1	Pengaruh Langsung Antar Variabel Laten .....	67
Tabel 4.3.2	Uji Kriteria goodness-of-fit .....	68
Tabel 4.3.2	Nilai GoF Penelitian .....	79
Tabel 4.3.3	Pengaruh Mediasi Variabel Laten .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5	Paradigma Berpikir .....	47
Gambar 3.6.2	Uji Validitas Paradigma Penelitian .....	56
Gambar 4.3.1	Pendekatan Struktural Paradigma Penelitian .....	66