

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Program Ganda
Teknik Industri – Manajemen
Skripsi Sarjana Program Ganda
Semester Ganjil 2010/2011

SKRIPSI PROGRAM GANDA UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Moses Deyer
1000876796

ABSTRAK

Yayasan Harapan Bangsa bergerak dalam industri pendidikan dengan keunggulan kompetitif pendidikan karakter. Pendidikan karakter pada Sekolah Tunas Bangsa dilakukan melalui penerapan kualitas karakter dengan 5 Indikator *i will* "saya akan". Jumlah siswa Sekolah Tunas Bangsa terus meningkat dari tahun ke tahun dengan teknik pemasaran yang tidak pasti. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas karakter siswa terhadap *brand image* dan kepuasan orang tua serta dampaknya terhadap *word of mouth* dan *repurchasing*. Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur dengan model *trimming* untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel kualitas karakter siswa (Q) sebagai variabel bebas (eksogen) terhadap *brand image* (X_1) dan kepuasan orang tua (X_2) sebagai variabel *intervening* serta dampaknya terhadap variabel komunikasi *word of mouth marketing* (Y) dan *repurchasing* (Z) sebagai variabel terikat (endogen). Kerangka hubungan kausal empiris antar jalur dibagi ke dalam 4 sub struktur yang selanjutnya akan dianalisa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas karakter siswa memberikan pengaruh atau kontribusi yang signifikan secara langsung sebesar 48,58% terhadap *brand image*, sebesar 42,64% terhadap kepuasan orang tua, kemudian sebesar 27,3% terhadap *repurchasing*. Variabel kualitas karakter siswa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap komunikasi *word of mouth marketing*. Namun, variabel *brand image* dan kepuasan orang tua berhasil memediasi pengaruh kualitas karakter siswa terhadap *word of mouth* sebesar 64,3% dan 9,9%. Selain itu, pengaruh *brand image* secara langsung terhadap *word of mouth* sebesar 92,3%, pengaruh kepuasan orang tua secara langsung terhadap *word of mouth* sebesar 15,3%. Pengaruh *brand image* dan kepuasan orang tua secara simultan terhadap *word of mouth* sebesar 73,2%, sedangkan sisanya 26,8% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian. Persamaan struktural akhir yang didapat sebagai berikut: $X_1 = 0,697Q + 0,717\varepsilon_1$ dan $R^2_{X_1Q} = 0,486$; $X_2 = 0,653Q + 0,758\varepsilon_2$ dan $R^2_{X_2Q} = 0,426$; $Y = 0,923X_1 - 0,153X_2 + 0,518\varepsilon_3$ dan $R^2_{YX_2X_1} = 0,732$; $Z = 0,522Q + 0,853\varepsilon_4$ dan $R^2_{ZQ} = 0,273$.

Kata Kunci:

Industri Pendidikan, Kualitas Karakter, Pendidikan Karakter, Kualitas Karakter Siswa, *Brand Image*, Kepuasan Orang Tua, *Word of Mouth*, *Repurchasing*