

ABSTAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan *word of mouth* terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta kota padang yang dimediasi oleh kepercayaan mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini mahasiswa universitas Unidha, UPI, dan Adzkia angkatan 2023 yang berjumlah 4.348 mahasiswa dengan penerikan sampel menggunakan *raosoft sample size calculator* sehingga sampel sebanyak 227 mahasiswa. Data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner kemudian diolah dan diuji dengan menggunakan SmartPls 4.0. Dari penelitian yang dilakukan diketahui berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan 1). Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta, 2). Word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swast, 3). Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, 4). Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, 5). Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa melenjutkan pendidikan di Universitas swasta, 6). Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi, 7). Word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi. Kepercayaan dipengaruhi oleh variabel promosi dan word of mouth sebesar 74,4% sedangkan sisanya 25,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini. Selanjutnya variabel keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta dipengaruhi oleh promosi dan word of mouth sebesar 67,4% sedangkan sisanya 32,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini. Serta variabel yang paling berpengaruh yaitu word of mouth terhadap kepercayaan sebesar 59,5%

Kata kunci: Promosi, word of mouth, kepercayaan, dan keputusan mahasiswa

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of promotion and word of mouth on students' decisions to continue their education at private universities in Padang, mediated by student trust. The population in this study consists of students from Universitas UNIDHA, UPI, and Adzkia, class of 2023, totaling 4,348 students. The sample was determined using the Raosoft sample size calculator, resulting in 227 respondents. Data was collected through questionnaire distribution and analyzed using SmartPLS 4.0. The hypothesis testing results indicate that: (1) Promotion has a positive and significant effect on students' decisions to continue their education at private universities. (2) Word of mouth has a positive and significant effect on students' decisions to continue their education at private universities. (3) Promotion has a positive and significant effect on trust. (4) Word of mouth has a positive and significant effect on trust. (5) Trust has a positive and significant effect on students' decisions to continue their education at private universities. (6) Promotion has a positive and significant effect on students' decisions to continue their education at private universities through trust as a mediating variable. (7) Word of mouth has a positive and significant effect on students' decisions to continue their education at private universities through trust as a mediating variable. Trust is influenced by promotion and word of mouth by 74.4%, while the remaining 25.6% is influenced by other variables not included in this study. Meanwhile, students' decisions to continue their education at private universities are influenced by promotion and word of mouth by 67.4%, with the remaining 32.6% affected by other variables. The most influential variable is word of mouth on trust, with a contribution of 59.5%.

Keywords: Promotion, word of mouth, trust, and students' decision.