

ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN PROMOSI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL POLITEKNIK NEGERI BENGKALIS

Nama : Devi Andriani Lubis
NIM : 5604221008
Pembimbing : Rini Arvika Sari, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* dan Promosi Sosial Media terhadap Keputusan Memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan metode nonprobability sampling.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel *Word of Mouth* (X_1) dan Promosi Sosial Media (X_2) terhadap Keputusan Memilih Program Studi (Y). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan). Hasil analisis data menunjukkan bahwa *Word of Mouth* dan Promosi Sosial Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis.

Secara spesifik, pada variabel *Word of Mouth*, aspek rekomendasi dan pengalaman positif yang diberikan oleh keluarga, teman, maupun alumni menjadi faktor yang memperoleh penilaian tertinggi dari responden. Sementara itu, pada variabel Promosi Sosial Media, aspek penyampaian informasi yang menarik, informatif, serta mudah diakses melalui media sosial menjadi faktor yang paling dipertimbangkan responden dalam menentukan pilihan program studi. Adapun pada variabel Keputusan Memilih Program Studi, aspek pencarian informasi dan evaluasi alternatif menjadi pertimbangan utama responden sebelum memutuskan memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis.

Kata Kunci: *Word of Mouth, Promosi Sosial Media, Keputusan Memilih Program Studi.*