

LAPORAN THESIS
PENGARUH PRODUK INOVASI DIGITAL
***AUGMENTED REALITY* TERHADAP KEPUTUSAN**
MAHASISWA MEMILIH UNIKA SOEGIJAPRANATA
MELALUI INTERVENING CITRA MEREK



Winan Kristin Tambunan S.M

19.D3.0022

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2023

LAPORAN THESIS

PENGARUH PRODUK INOVASI DIGITAL *AUGMENTED REALITY* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIKA SOEGIJAPRANATA MELALUI INTERVENING CITRA MEREK

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Program Magister Manajemen
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Winan Kristin Tambunan S.M

19.D3.0022

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 membuat animo calon mahasiswa yang mendaftar universitas menjadi menurun drastis. Demi mampu bertahan di era pandemi universitas harus mampu berinovasi dalam teknologi untuk menarik minat mahasiswa mendaftar di perguruan tinggi tersebut. Universitas Katolik Segijapranata memiliki teknologi inovasi digital *Augmented Reality* untuk menarik minat para mahasiswa untuk mendaftar. Maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh produk inovasi digital *Augmented Reality* terhadap keputusan melalui intervening citra merek. Sampel yang diambil adalah 100 mahasiswa Universitas Katolik Segijapranata Semarang angkatan tahun 2021. Teknik analisis yang digunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan : 1) terdapat pengaruh positif produk inovasi digital *Augmented Reality* terhadap citra merek, 2) terdapat pengaruh positif produk inovasi *Augmented Reality* terhadap keputusan, 3) terdapat pengaruh positif citra merek terhadap keputusan, 4) Produk inovasi digital *augmented realty* berpengaruh terhadap keputusan dengan citra merek sebagai variabel intervening.

Kata kunci : *augmented reality*, citra merek, produk digital, keputusan