

## ABSTRAK

### PENGARUH IKLAN, *PRODOCT KNOWLEDGE*, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT MENDAFTAR PROGRAM STUDI HUKUM BISNIS DARMAJAYA

Oleh :

**Fransiscus Alfredo Sipayung**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, *product knowledge* dan citra merek terhadap minat mendaftar Program Studi Hukum Bisnis IIB Bisnis Darmajaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan yaitu asosiatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Metode pengumpulan data penelitian adalah *Field Research* dengan teknik kuisioner. Populasi dalam penelitian ini seluruh siswa di SMA Negeri dan Swasta di Kota Bandar Lampung sebanyak 17.302.919 orang dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis yaitu uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif terhadap minat mendaftar Program Studi Hukum Bisnis Darmajaya. *Product knowledge* tidak berpengaruh terhadap minat mendaftar Program Studi Hukum Bisnis Darmajaya. Citra kampus berpengaruh positif terhadap minat mendaftar Program Studi Hukum Bisnis Darmajaya. Promosi, *knowledge product* dan citra kampus secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat mendaftar Program Studi Hukum Bisnis Darmajaya.

**Kata Kunci:** Iklan, *Product Knowledge*, Citra Merek dan Minat Mendaftar.

## ABSTRACT

### **THE INFLUENCE OF ADVERTISING, PRODUCT KNOWLEDGE, AND BRAND IMAGE REGARDLESS OF INTEREST IN REGISTERING FOR A DARMAJAYA BUSINESS LAW STUDY PROGRAM**

**By:**  
**Franciscus Alfredo Sipayung**

This research aims to determine the influence of advertising, product knowledge, and brand image on interest in registering for the IIB Darmajaya Business Law Study Program. The type of research used was quantitative and the research method used was associative. Data sources used in the research were the primary data. The data collection method was Field Research using questionnaire techniques. The population in this study were all public and private high school students in Bandar Lampung City, totaling 17,302,919 people. With a total research sample of 100 students. The sample used in this research used a purposive technique sampling. The data analysis method used multiple linear regression and hypotheses testing, namely the t-test and F-test. The results of the study showed that advertising has a positive effect on interest in registering for the Darmajaya Business Law Study Program. Product knowledge does not affect interest in registering for the Darmajaya Business Law Study Program. The campus image has a positive effect on interest in registering for the Darmajaya Business Law Study program. Promotion, product knowledge, and campus image together influence interest in registering for the Darmajaya Business Law Study Program.

***Keywords:*** Advertising, Product Knowledge, Brand Image, and Interest in Registering.