

## ABSTRAK

**Sri Wulandari.** NIM. 220101050659. *Pengaruh Citra Merek Universitas terhadap Loyalitas Mahasiswa di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.* Skripsi, Pembimbing Skripsi Prof. Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I., pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2026.

**Kata kunci:** Citra Merek Universitas, Loyalitas Mahasiswa, UIN Antasari Banjarmasin

Persaingan antar perguruan tinggi yang semakin ketat menuntut universitas untuk membangun citra merek yang positif agar mampu menarik, mempertahankan, dan meningkatkan loyalitas mahasiswa. Citra merek universitas menjadi salah satu faktor penting karena dapat membentuk persepsi mahasiswa terhadap reputasi, kualitas akademik, dukungan institusi, serta nilai dan emosi yang melekat pada universitas. Dalam konteks pendidikan tinggi, loyalitas mahasiswa merupakan aset penting karena tercermin dari keinginan untuk tetap memilih universitas yang sama, merekomendasikannya kepada orang lain, serta menjaga hubungan positif dengan institusi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat citra merek universitas dan loyalitas mahasiswa serta menganalisis pengaruh citra merek universitas terhadap loyalitas mahasiswa di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain prediktif kausalitas. Metode survei diterapkan melalui penyebaran kuesioner kepada 413 mahasiswa sebagai responden, yang dipilih menggunakan teknik convenience sampling. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan penilaian yang tinggi terhadap citra merek universitas dengan nilai rata-rata sebesar 3,25, sedangkan loyalitas mahasiswa juga berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 3,24. Hasil pengujian struktural membuktikan bahwa citra merek universitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa, dengan koefisien jalur sebesar 0,922, nilai T-statistik sebesar 75,488, dan nilai p-value sebesar 0,000. Selain itu, nilai  $f^2$  sebesar 5,695 menunjukkan bahwa pengaruh citra merek terhadap loyalitas mahasiswa termasuk dalam kategori sangat besar, sedangkan nilai R-square sebesar 0,851 menunjukkan bahwa citra merek mampu menjelaskan 85,1% variasi loyalitas mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin positif citra merek universitas, maka semakin tinggi pula loyalitas mahasiswa terhadap Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.