

**PENGARUH KOMUNIKASI VISUAL INSTAGRAM DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MASUK  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG)  
SEMARANG**

**SKRIPSI**

Memenuhi Persyaratan  
Untuk Mencapai Derajat Sarjana S-1  
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

**BHAKTIAR GHISA SUWARSO**

NPM. 211003612012318

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG  
2025**

**PENGARUH KOMUNIKASI VISUAL INSTAGRAM DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MASUK  
MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG)  
SEMARANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh

**BHAKTIAR GHISA SUWARSO**

NPM.211003612012318

Telah disetujui pembimbing

Pada tanggal – bulan tahun

-----  
Dr. Frans Sudirjo, SE, MM, Ak, CA

-----  
Prof. Dr. Gita Sugiyarti, SE, M.Si

-----  
Drs. Joko Riyanto, SE, MM

Semarang, tanggal bulan tahun  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang  
Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Galuh Juniarto, S.E.,M.M.  
NRP. 1113116

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

أبِالْي فِلا عَلي غَضبان تَ كن لَم إن

"In lam takun 'alayya ghadlabun fala ubali"

Yaitu sebuah arti yaitu "Asal ENGKAU , Wahai Tuhanku tidak marah kepadaku ,

Akan aku terima segala Nasibku Bahagia , sedih , bersuka cita atau pun derita"

( Emha Ainun Najib )

"يَسْبُحُونَ فَلَكَ فِي ُوكُلُّ النَّهَارِ سَابِقُ اللَّيْلِ وَلَا الْقَمَرَ تُدْرِكُ أَنْ لَهَا يَبْغِي الشَّمْسُ لَا",

artinya: "Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya"

(Q.s Yasin ayat 40 )

Judul : Pengaruh Komunikasi Visual Instagram Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masuk Mahasiswa Di Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang  
Title : *The Influence of Instagram Visual Communication and Service Quality on Students' Interest in Entering Untag Semarang*  
Nama : Bhaktiar Ghisa Suwarso  
NPM : 211003612012318

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk Pendidikan, media sosial menjadi salah satu platform utama dalam penyebaran informasi dan pemasaran digital. Perguruan tinggi termasuk Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang, perlu beradaptasi dengan tren digital guna meningkatkan daya tarik dan minat calon mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi visual dan kualitas pelayanan terhadap minat masuk mahasiswa di UNTAG Semarang. Sampel dalam penelitian ini adalah 92 mahasiswa semester satu tahun akademik 2024/2025, yang ditentukan menggunakan rumus slovin dengan teknik simple random sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil output SPSS memperoleh nilai R square 0,679 atau 67,9% artinya kemampuan model untuk menjelaskan variabel komunikasi visual instagram dan kualitas pelayanan terhadap minat masuk mahasiswa sebesar 67,9% sedangkan sisanya 32,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

**Kata Kunci:** Minat Masuk Mahasiswa , Komunikasi Visual Instagram, Kualitas Pelayanan

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi yang berjudul "Pengaruh Komunikasi Visual Instagram Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masuk Mahasiswa Di Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang". Proposal ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akademik pada program studi S-1.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak akan selesai tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Nurchayati, S.E., M.M., Ak. CA selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
2. Bapak Drs. Galuh Yuniarto, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang senantiasa memberikan dukungan, dan motivasi selama proses proposal.
3. Ibu Prof. Dr. Gita Sugiyarti, SE, M.Si selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan motivasinya selama proses penyusunan proposal ini.
4. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, yang telah memberikan ilmu dan dukungan selama masa studi.
5. Orang tua dan keluarga penulis, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moril, dan materil.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini. Semoga proposal ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Semarang, 3 Januari 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I .....	I-1
PENDAHULUAN .....	I-1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	I-1
1.2 Rumusan Masalah .....	I-5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	I-5
1.4 Tujuan Penelitian .....	I-6
1.5 Manfaat Penelitian .....	I-6
1.5.1 Dari Segi Teoritis .....	I-6
1.5.2 Dari Segi Praktis .....	I-6
BAB II.....	II-1
TINJAUAN PUSTAKA .....	II-1
2.1 Tinjauan Pustaka .....	II-1
2.1.1 Dasar Teori.....	II-1
2.1.2. Pengertian Minat .....	II-2
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat .....	II-2
2.1.4 Komunikasi Visual Instagram (X1) .....	II-3
2.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Visual Instagram .....	II-4
2.1.6 Kualitas Pelayanan (X2) .....	II-6
2.1.7 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	II-6
2.2 Penelitian Terdahulu .....	II-7