

ABSTRACT

Freudi Prasutiyo, 2017. Influence Brand Image (Brand Image) Against Student Decision Select Faculty of Economics And Business Universitas Trunojoyo Madura (Study on Faculty of Economics and Business Faculty of Trunojoyo Madura University). Under the guidance of Fathor AS, S.E., M.M and Yudhi Prasetya Mada, S.E., M.M

Education is a top priority for the community, with an attempt to realize the learning process is dynamic, active, and modern in order to develop the potential for him to have the intelligence intellectual, spiritual power of religion, self-control, personality, character, and skills required him and society. Research aims the determine the effect of brand image against of decision of the students choose the Economics and Business Faculty, Trunojoyo of University.

This data was collected from 89 active students of the Economics and Business Faculty Trunojoyo of Madura University force in 2016 who were responden in this study. The technique used in this study was stratified random sampling the sample collection technique based strata, namely determine number of samples that had been shared by researchers based on the classification of strata.

Based on the research result prove that the independent variabel of brand image, which consists of brand identity, brand personality, brand association, brand attitude and the benefits of the brand positive influencing the dependent variabel (student's decision). And the coefficient of determination (R^2) obtained amounted to 0,892 this means that 89,2% student decision can be explained by the variable of brand image, while 10,8% are influenced by other variabel-variabel not researched in this study.

Keywords: brand image, brand identity, brand personality, brand association, brand attitude, the benefits of brand, students choose a faculty decision.

ABSTRAK

Freudi Prasutiyo, 2017. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). Dibawah bimbingan Fathor AS, S.E., M.M dan Yudhi Prasetya Mada, S.E., M.M.

Pendidikan merupakan prioritas utama bagi masyarakat, dengan suatu usaha dalam mewujudkan proses pembelajaran yang dinamis, aktif, dan modern supaya dapat mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kecerdasan secara intelektual, kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

Data ini dikumpulkan dari 89 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura angkatan 2016 yang menjadi responden dalam penelitian ini. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Stratified Random Sampling*, yaitu teknik pengumpulan sampel berdasarkan strata, yaitu penentuan jumlah sampel yang sudah dibagi oleh peneliti berdasarkan klasifikasi strata.

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen dari citra merek (*brand image*) yang terdiri dari identitas merek (*brand identity*), personalitas merek (*brand personality*), asosiasi merek (*brand association*), sikap merek (*brand attitude*), dan manfaat merek (*brand benefit*) berpengaruh positif terhadap variabel dependent (keputusan mahasiswa). Dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,892 hal ini menunjukkan 89,2% keputusan mahasiswa dapat di jelaskan oleh variabel citra merek (*brand image*), sedangkan 10,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Citra Merek (*brand image*), (*brand identity*), (*brand personality*), asosiasi merek (*brand association*), sikap merek (*brand attitude*), manfaat merek (*brand benefit*), keputusan mahasiswa memilih fakultas.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Skripsi.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Surat Pernyataan Bebas Plagiat.....	iv
Riwayat Hidup.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Motto dan Persembahan.....	ix
Abstrak.....	x
Daftar isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Pengertian Pemasaran Jasa.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa.....	13
2.2 Pemasaran Jasa Pendidikan.....	13
2.2.1 Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan.....	13
2.3 Merek.....	14
2.3.1 Pengertian Merek.....	14
2.3.2 Manfaat Merek.....	15
2.3.3 Pengertian Brand Image.....	16
2.3.3.1 Dimensi Brand Image.....	17
2.4 Perilaku Konsumen.....	21
2.5 Keputusan Pembelian.....	21
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.5.2 Proses pengambilan Keputusan	22
2.6 Hubungan Brand Image dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.7 Penelitian Terdahulu.....	25
2.8 Kerangka Konseptual.....	27
2.9 Hipotesis.....	28
BAB III : Metodologi Penelitian.....	31
3.1 Pendekatan Penelitian.....	31
3.2 Lokasi Penelitian.....	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel.....	32
3.3.2.1 Ukuran Sampel.....	33
3.3.2.2 Pengambilan Sampel Proporsional.....	34
3.4 Variabel Penelitian.....	35
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	35

3.6 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.6.1 Jenis Data.....	39
3.6.2 Sumber Data.....	40
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.8 Skala Pengukuran Instrumen.....	42
3.9 Teknis Analisis Data.....	43
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	43
3.9.2 Pengujian Instrumen Data.....	43
3.9.2.1 Uji Validitas.....	43
3.9.2.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.9.3.1 Uji Normalitas.....	44
3.9.3.2 Uji Multikolonieritas.....	46
3.9.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.9.5 Uji Hipotesis.....	48
3.9.5.1 Uji Koefisien Determinasi.....	49
3.9.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	49
3.9.5.3 Uji Signifikan parameter individual (Uji statistik T)....	50
BAB IV : Hasil dan Pembahasan.....	51
4.1 Gambaran Umum.....	51
4.1.1 Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.....	51
4.1.2 Visi dan Misi.....	53
4.1.3 Deskripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.....	55
4.2 Deskripsi Responden.....	55
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi.....	55
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Asal SMA.....	57
4.3 Hasil Analisis Data.....	58
4.3.1 Uji Validitas Instrumen.....	58
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.4 Analisis Statistik Deskriptif.....	59
4.5 Uji Asumsi Klasik	61
4.5.1 Uji Normalitas.....	61
4.5.2 Uji Multikolonieritas.....	69
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.7 Uji Hipotesis.....	75
4.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	75
4.7.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	76
4.7.3 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	78
4.8 Pembahasan.....	73
BAB V : Kesimpulan dan Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Data Perkembangan Peminat Calon Mahasiswa Baru UTM.....	3
2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
3.1 Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis tahun ajaran.....	30
3.2 Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UTM.....	31
3.3 Jumlah Anggota Sampel yang sudah di proporsi.....	33
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi.....	55
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	57
4.4 Hasil Uji Validitas.....	58
4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
4.6 Tanggapan Responden Tentang Identitas Merek.....	60
4.7 Tanggapan Responden Tentang Personalitas Merek.....	61
4.8 Tanggapan Responden Tentang Asosiasi Merek.....	62
4.9 Tanggapan Responden Tentang Sikap Merek.....	64
4.10 Tanggapan Responden Tentang Manfaat Merek.....	65
4.11 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Memilih.....	66
4.12 Hasil Uji Multikolonieritas.....	71
4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.14 Koefisien Determinasi.....	75
4.15 Hasil Uji T.....	76
4.16 Hasil Uji F.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1 Data Mahasiswa Konsentrasi S1 Manajemen 2011-2016.....	12
2.1 Model penawaran jasa pendidikan tinggi	14
2.2 Dimensions of Brand Image	18
2.3 Proses pengambilan keputusan.....	23
2.4 Kerangka Konseptual.....	28
4.1 Struktur Organisasi Universitas Trunojoyo Madura.....	55
4.2 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....	56
4.3 <i>Normal Probability Plot</i>	61
4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatterplot</i>).....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
Lampiran 3 : Uji Instrumen Data
Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik
Lampiran 5 : Uji Regresi Linier Berganda