

**BRAND IMAGE DAN LOKASI MEMPENGARUHI TERHADAP
MINAT MAHASISWA MASUK KE PERGURUAN TINGGI DAN
STATUS EKONOMI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1
MANAJEMEN STIE MAHAPUTRA
RIAU)**

Menhard

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahaputra Riau, Pekanbaru, Indonesia
Menhardmenhard@yahoo.com

ABSTRACT

Economic conditions are very necessary or very decisive in human survival, if the economic conditions are not good then it will affect the condition of the family and their social status. Indonesia as a country that has a very large population of course has the number of people who have high productivity, in achieving high productivity, demanded a high education as well.

In achieving a high level of education, always have constraints with economic conditions or economic status, if the economic status is good then they can continue their education to higher education level, to continue the education required the willingness of within a person's soul to continue education, choose the education should also be noted among the brand image or location of a college.

The purpose of this study is to determine the effect of brand image on the interest of students entering to Higher Education Students S1 Management STIE Mahaputra Riau, to determine the influence of the location of the student's interest to go to Higher Education Students S1 Management STIE Mahaputra Riau, to determine the influence of brand image and location of the students' interest to enter the university in Student of S1 Management of STIE Mahaputra Riau, to know the influence of student interest on the economic status On Student S1 Management STIE Mahaputra Riau.

The result of research resulted by the researcher is brand image influence to the student's interest to enter the university in the student of S1 STIE Mahaputra Riau Management, while the location has no effect, simultaneously or together the brand image and location influence the student's interest to enter the university in the student S1 Management STIE Mahaputra Riau, and student interest influence on economic status On Student S1 Management STIE Mahaputra Riau.

Keywords: Brand Image, Location, Student Interest and Economic Status.

ABSTRAK

Kondisi ekonomi sangat diperlukan atau sangat menentukan dalam kelangsungan hidup manusia, apabila kondisi ekonomi yang kurang baik maka akan berdampak terhadap kondisi keluarga maupun status sosial mereka. Indonesia sebagai Negara yang memiliki jumlah penduduk yang sangat besar tentu saja memiliki jumlah manusia yang memiliki produktivitas yang tinggi, dalam mencapai produktivitas yang tinggi, di tuntut adanya pendidikan yang tinggi juga.

Dalam mencapai tingkat pendidikan yang tinggi, selalu memiliki kendala dengan kondisi ekonomi atau status ekonomi, apabila status ekonomi yang baik maka mereka dapat melanjutkan pendidikannya ke tingkat pendidikan tinggi, untuk melanjutkan pendidikan tersebut diperlukannya adanya kemauan dari dalam jiwa seseorang untuk melanjutkan pendidikan, akan

tetapi dalam memilih pendidikan juga harus di perhatikan diantaranya *brand image* atau lokasi dari sebuah perguruan tinggi tersebut.

Tujuan dari suatu penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau, untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau, untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan lokasi terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau, untuk mengetahui pengaruh minat mahasiswa terhadap status ekonomi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau.

Hasil dari penelitian yang dihasilkan peneliti adalah *brand image* berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau, sedangkan lokasi tidak berpengaruh, secara simultan atau bersama-sama *brand image* dan lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau, dan minat mahasiswa berpengaruh terhadap status ekonomi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau.

Keywords: Brand Image, Lokasi, Minat Mahasiswa dan Status Ekonomi.

PENDAHULUAN

Kondisi ekonomi sangat diperlukan atau sangat menentukan dalam kelangsungan hidup manusia, apabila kondisi ekonomi yang kurang baik maka akan berdampak terhadap kondisi keluarga maupun status sosial mereka.

Indonesia sebagai Negara yang memiliki jumlah penduduk yang sangat besar tentu saja memiliki jumlah manusia yang memiliki produktivitas yang tinggi, dalam mencapai produktivitas yang tinggi, di tuntut adanya pendidikan yang tinggi juga.

Dalam mencapai tinggkat pendidikan yang tinggi, selalu memiliki kendala dengan kondisi ekonomi atau status ekonomi, apabila status ekonomi yang baik maka mereka dapat melanjutkan pendidikannya ke tingkat pendidikan tinggi, untuk melanjutkan pendidikan tersebut diperlukannya adanya kemauan dari dalam jiwa seseorang untuk melanjutkan pendidikan, akan tetapi dalam memilih pendidikan juga harus di perhatikan diantaranya *brand image* atau lokasi dari sebuah perguruan tinggi tersebut, STIE

Mahaputra Riau merupakan tingkat pendidikan tinggi yang menyelenggarakan

pendidikan tinggi dengan uang perkuliahan yang cukup terjangkau bagi masyarakat yang melanjutkan studinya ke tingkat pendidikan yang lebih tinggi juga, STIE Mahaputra Riau memiliki beberapa prodi di antaranya manajemen dan akuntansi, beberapa belakangan tahun ini jumlah mahasiswa yang melanjutkan ke pendidikan tinggi pada program studi manajemen mengalami peningkatan juga, dengan alasan tersebut maka peneliti melakan atau mencoba meneliti kembali mengenai bidang tesebut.

Tujuan dari suatu penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau, untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau, untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan lokasi terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau, untuk mengetahui pengaruh minat mahasiswa terhadap status ekonomi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau

PERUMUSAN MASALAH

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau?
3. Apakah *brand image* dan lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau?
4. Apakah minat mahasiswa berpengaruh terhadap status ekonomi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau ?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau.
3. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan lokasi terhadap minat mahasiswa masuk ke Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau.
4. Untuk mengetahui pengaruh minat mahasiswa terhadap status ekonomi Pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau

LANDASAN TEORITIS

Brand image merupakan sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen. Pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa *brand image* adalah sekumpulan asosiasi merek yang menimbulkan suatu

keyakinan dan melekat dibenak konsumen (Rangkuti,2009)

Lupiyoadi dan Hamdani (2011), lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

Menurut Soekanto dalam Suciningrum dan Endang Sri Rahayu (2015:12) menyatakan bahwa “status atau kedudukan sebagai tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok sosial sehubungan dengan orang-orang lainnya dalam suatu kelompok yang lebih besar lagi.

Minat sangat erat kaitannya dengan kehidupan diri pribadi manusia, kaitan itu adalah bahwa seseorang memiliki atau tidak memiliki minat terhadap sesuatu dapat ditentukan oleh keadaan dirinya sendiri.(Suciningrum dan Endang Sri Rahayu, 2015:9) .

Penelitian Terdahulu

Setyowati (2015), dengan judul penelitian Analisis *Service Quality, Promotion, Cost Study*, dan *Image Dampaknya Pada Minat Kuliah Di Perguruan Tinggi* (Studi Pada Universitas Muhammadiyah Jember). Dengan hasil penelitiannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan dari keempat variabel yaitu kualitas pelayanan sebesar 0.243, promosi sebesar 0.172, biaya pendidikan sebesar 0.706 dan pencitraan sebesar 0.251 terhadap minat kuliah di Universitas Muhammadiyah Jember.

Anwar dan Fredi Budiman, (2016) dengan judul penelitiannya adalah Pengaruh *Brand Image*, dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Akuntansi Pada Perguruan Tinggi yang Ada Di Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *Brand Image* dengan Keputusan Mahasiswa dan secara tidak langsung *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ketersediaan Lapangan Pekerjaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “*Brand Image* mempunyai pengaruh positif baik secara langsung dan tidak langsung, dan terdapat pengaruh antara Lapangan Pekerjaan dengan Keputusan Mahasiswa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Ketersediaan Lapangan Pekerjaan mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Mahasiswa.

Wulandari (2013), dengan judul penelitiannya adalah “Pengaruh *Brand Image* dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember)”. Hasil penelitiannya adalah kedua variabel *brand image* dan lokasi sama-sama berpengaruh signifikan dan variabel yang paling dominan adalah variabel lokasi

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini dengan menggunakan penelitian kuantitatif penelitian, penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada angka-angka.

Jenis penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis penelitian eksplanatori.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono,2012). Maka dengan didasarkan pada penjelasan diatas populasi merupakan sekelompok orang atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat di jadikan objek yang sesuai dengan penelitian. Maka populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa S1 Manajemen pada program studi Manajemen di STIE Mahaputra Riau sebesar 68 orang. Setelah diketahuinya jumlah populasi pada penelitian ini, maka sampel penelitian dapat ditentukan dengan didasarkan pada teknik penarikan sampel, teknik penarikan

sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode sensus. Metode sensus merupakan metode yang seluruh populasi menjadi sampel penelitian yaitu sebesar 68 orang sampel.

Teknik pengumpulan data atau metode pengumpulan data pada penelitian dengan menggunakan metode dokumen, dan kuesioner penelitian, dokumentasi pada penelitian ini dapat terdiri dari jurnal-jurnal peneliti, buku-buku maupun jumlah mahasiswa, sedangkan dengan menggunakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian, sampel penelitian ini sebesar 68 orang responden.

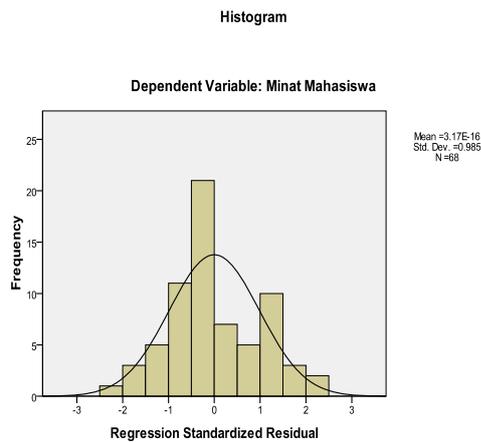
Metode analisis data pada penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi berganda dan analisis sederhana, dalam analisis regresi berganda harus dilakukannya uji asumsi klasik penelitian yang dapat terdiri uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinieritas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini merupakan mendeskripsikan hasil penelitian dari pengujian hipotesis penelitian, dalam hasil penelitian ini sebelum dilakukannya uji hipotesis penelitian, terlebih dahulu dapat dilakukannya uji asumsi klasik penelitian yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinieritas, berikut ini hasil dari uji asumsi klasik pada penelitian ini adalah :

a. Normalitas

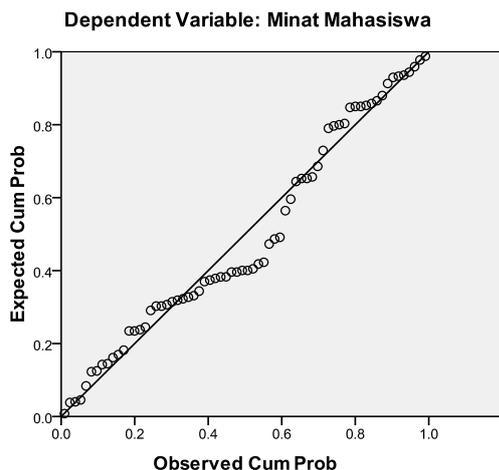
Normalitas merupakan tujuan atau langkah pertama yang wajib dilakukan dalam regresi berganda. Dalam melakukan pendeteksian atas normalitas data, dapat dengan menggunakan grafi, *scatterplot* dan Kolmogrov-Smirnov (K-S), berikut ini peneliti tunjukkan hasil dari normalitas pada pengujian uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:



Pada gambar grafik diatas terlihat bahwa grafik tidak mengalami kemencengan ke arah kiri maupun ke arah kanan sehingga tidak terjadi adanya ke tidak normalan data penelitian.

Salah satu cara lagi dalam melihat normalitas, dapat dengan menggunakan *scatterplot*, yang asumsinya bahwa apabila titik menyebar dengan menjauhi garis diagonal maka terjadi ke tidak normalan data, dan begitu juga sebaliknya, berikut ini hasil dari *scatterplot* pada uji normalitas nya :

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Pada *scatterplot* yang terjadi pada gambar diatas menunjukkan titik-titik menyebar dengan mendekati garis diagonal sehingga data normal.

Pada saat uji normalitas dengan menggunakan grafik maupun *scatterplot* dapat juga dilakukannya Kolmogrov-Smirnov (K-S), berikut ini hasil dari pengujian KS adalah :

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.47539091
Most Extreme Differences	Absolute	.137
	Positive	.137
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		1.132
Asymp. Sig. (2-tailed)		.154

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pada Tabel KS dengan memperhatikan nilai Sig pada angka 0.154 yang angkanya diatas 0.05 sehingga data sudah dipastikan terdistribusi dengan normal.

b. Heterokedastisitas

Heterokedastisitas pada pengujian uji asumsi klasik penelitian memiliki tujuan untuk pada residual data penelitian apakah adanya residual pada pengamatan penelitiannya, dalam pendeteksian heterokedastisitas peneliti dengan menggunakan *rank spearman*, berikut ini hasil dari heterokedastisitas adalah :

		Brand Image	Lokasi	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	Brand Image	Correlation	1.000	.319	.057
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)		.008	.645
	N		68	68	68
Lokasi	Lokasi	Correlation	.319	1.000	.101
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.008		.412
	N		68	68	68
Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Correlation	.057	.101	1.000
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.645	.412	
	N		68	68	68

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada hasil heterokedastisitas dengan menggunakan *rank spearman* dapat diketahui nilai signifikansi berada pada angka di atas 0,05 sehingga tidak adanya terjadi heterokedastisitas pada penelitian ini.

c. Multikolinieritas

Multikolinieritas pada uji asumsi klasik penelitian memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah adanya terjadi hubungan antara variabel bebas pada penelitian ini, variabel bebas yang ada pada penelitian ini terdiri dari *brand image* dan lokasi, berikut ini hasil multikolinieritas :

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	8.604	1.441		5.972	.000		
	Brand Image	.293	.127	.289	2.309	.024	.889	1.125
	Lokasi	.017	.064	.034	.268	.789	.889	1.125

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

Pada hasil multikolinieritas pada penelitian ini, dapat diketahui nilai dai *tolerance* berada di atas 0,1 dan VIF di bawah 10, sehingga tidak terjadi multikolinieritas pada penelitian ini.

Dengan uji asumsi klasik yang telah dilakukan dan terbebas dari uji asumsi klasik, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian yaitu uji t atau uji individual dan uji F atau uji simultan, berikut ini hasil dari uji hipotesis penelitian ini adalah:

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.604	1.441		5.972	.000
	Brand Image	.293	.127	.289	2.309	.024
	Lokasi	.017	.064	.034	.268	.789

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

Pada pengujian hipotesis secara individual dapat di deskripsikan sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh terhadap minat mahasiswa pada mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau.
2. Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa pada mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau

Pada pengujian hipotesis simultan memiliki suatu tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel x1 dan X2 secara simultan terhadap y, berikut ini hasil pengujian hipotesis simultan adalah:

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.671	2	7.335	3.269	.044 ^a
	Residual	145.844	65	2.244		
	Total	160.515	67			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Brand Image

b. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

Berdasarkan pada pengujian hipotesis secara simultan dapat diketahui bahwa *brand image* dan lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa pada mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau.

Berikut ini juga hasil penelitian pada pengujian hipotesis minat mahasiswa terhadap status ekonomi pada mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau adalah sebagai berikut:

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.266	.875		10.586	.000
	Status Ekonomi	.264	.077	.387	3.411	.001

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

Berdasarkan pada hasil penelitian menunjukkan bahwa status ekonomi berpengaruh terhadap minat mahasiswa pada mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat dihasilkan pada penelitian ini antara lain adalah:

1. *Brand image* berpengaruh terhadap minat mahasiswa pada mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau.
2. Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa pada mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau.
3. *Brand image* dan lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa pada mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau.
4. Status ekonomi berpengaruh terhadap minat mahasiswa pada mahasiswa S1 Manajemen STIE Mahaputra Riau

b. Saran

Saran pada penelitian ini dengan harapan diantaranya adalah :

1. Bagi perguruan tinggi diharapkan agar melakukan iklan atau promosi yang lebih baik seperti dapat memberikan hadiah bagi mahasiswa yang masuk ke perguruan tinggi tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Chairul dan Fredi Budiman, 2016. Pengaruh *Brand Image*, dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Akuntansi Pada Perguruan Tinggi yang Ada Di Bandar Lampung. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, Volume 7, Nomor 2, September.
- Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2. Salemba Empat, Jakarta.
- Setyowati Trias, 2015. Analisis *Service Quality, Promotion, Cost Study*, dan *Image* Dampaknya Pada Minat Kuliah Di Perguruan Tinggi (Studi Pada Universitas Muhammadiyah Jember). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 1, Nomor 2, Desember.
- Suciningrum Nike Pratiwi dan Endang Sri Rahayu, 2015. Pengaruh Status Sosial Ekonomi dan Motivasi Belajar Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Pada Kelas IX Di SMA Pusaka 1 Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, Volume 3, Nomor 1, Maret.
- Wulandari Ikan Mety, 2013. Pengaruh *Brand Image* dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember). *Skripsi*, Universitas Jember, Fakultas Ekonomi.