

**PENGARUH LOKASI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI
UNIVERSITAS BAKRIE KELAS KHUSUS REGULER SORE**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



Mohammad Yasir

1161921008

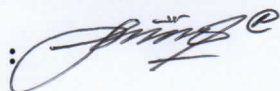
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Mohammad Yasir

NIM : 1161921008

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Mei 2019

HALAMAN PENGESAHAN



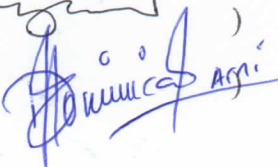
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Mohammad Yasir
NIM : 1161921008
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Universitas Bakrie Kelas Khusus Reguler Sore

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si
Penguji I : Aurino Rilman Adam Djamaris., Ir., MM
Penguji II : Dominica Arni Widyastuti, S.E., MM

()
()
()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Mei 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah *rabbi'l'alami*, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena atas berkat dan rahmat Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Lokasi dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Mahasiswa Kuliah di Universitas Bakrie Kelas Khusus Reguler Sore”**. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie
2. Ibu Ananda Fortunisa, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan berbagai bantuan dan saran selama proses bimbingan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
3. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan berbagai ilmu serta pengalaman selama masa perkuliahan
4. Seluruh karyawan akademik Program Studi Manajemen Universitas Bakrie Kelas Khusus Reguler Sore yang telah memberikan bantuan selama masa perkuliahan
5. Istri saya tercinta, yaitu Arni Wijayanti dan juga kedua anak saya tercinta, Arsakha Virendra Alyasir dan Arrasydan Dzakiandra Alyasir yang dengan kasih sayang serta dukungan yang tulus dapat memberikan kekuatan kepada penulis hingga dapat terselesaikannya Tugas Akhir ini.
6. Kakak saya yang memberikan begitu banyak motivasi dan dukungan, yaitu Muhammad Soleh, Muhammad Nurdin, Kiptiah, dan Nurhafizoh
7. Teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie Kelas Khusus Reguler Sore batch 7 yang telah memberikan dukungan dan kerjasama selama masa perkuliahan di Universitas Bakrie

8. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 20 Mei 2019

Mohammad Yasir

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Yasir
NIM : 1161921008
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Lokasi dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Universitas Bakrie Kelas Khusus Reguler Sore.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 20 Mei 2019

Yang menyatakan



Mohammad Yasir

**PENGARUH LOKASI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI UNIVERSITAS BAKRIE
KELAS KHUSUS REGULER SORE**

Mohammad Yasir

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis apakah lokasi dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Bakrie kelas khusus reguler sore. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Bakrie kelas khusus reguler sore. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 196 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Bakrie kelas khusus reguler sore dan *brand image* berpengaruh secara positif sangat signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Universitas Bakrie kelas khusus reguler sore.

Kata kunci: lokasi, brand image, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF THE LOCATION AND BRAND IMAGE ON THE
DECISION OF STUDENTS CHOOSING STUDIED IN BAKRIE
UNIVERSITY OF SPECIAL CLASS***

Mohammad Yasir

ABSTRACT

This Research is intended to analyze whether the location and brand image has an influence of the student to choose Bakrie University of special class. The population in this study were active students of the Bakrie University of special class. This research took samples from 196 respondents. The method of analysis used in this research was simultaneous multiple regression. The result showed that location significantly influenced positively to decision of students to choose to study at the Bakrie University of special class, and brand image very significantly influenced positively to decision of students to choose to study at the Bakrie University of special class.

Keyword: Location, Brand Image, Decision of Purchase

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian.....	4
1.6. Manfaat Penelitian.....	4
1.7. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN TEORITIS	7
2.1. Pemasaran.....	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran	7
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	9
2.2. Merek.....	10
2.2.1. Manfaat dan Keuntungan Merek	11
2.2.2. Faktor-faktor <i>Brand Image</i>	12
2.2.3. Dimensi Citra Merek	13
2.3. Lokasi	16
2.4. Keputusan Pembelian	18
2.4.1. Proses Keputusan Pembelian	18
2.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21

2.4.3. Model Dan Pengambilan Keputusan Konsumen	23
2.4.3. Tipe Pengambilan Keputusan	23
2.5. Penelitian Terdahulu.....	24
2.6. Kerangka Pemikiran	28
2.7. Model Struktural Penelitian & Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Desain Penelitian	32
3.2. Operasionalisasi Variabel	32
3.3. Penentuan Populasi dan Sampel	36
3.3.1. Populasi.....	36
3.3.2. Sampel.....	37
3.4. Jenis Dan Sumber Data	38
3.5. Metode Pengumpulan Data	38
3.6. Teknik Pengolahan Data.....	39
3.7. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	39
3.7.1. Uji Validitas Data	39
3.7.2. Uji Reliabilitas Data.....	40
3.8. Pengujian Asumsi Model Klasik	41
3.8.1. Uji Normalitas.....	41
3.8.2. Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.8.3. Uji Multikolonieritas.....	42
3.9. Metode Analisis Data	43
3.9.1. Analisis Deskriptif	43
3.9.2. Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.9.3. Analisis Koefisien Determinasi	44
3.9.4. Uji Signifikansi Individual (Uji T)	44
3.9.5. Uji F	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Gambaran Umum Responden.....	47
4.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	49
4.2.1. Validitas	49
4.2.2. Reliabilitas	51
4.3. Analisis Data	51
4.3.1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	51
4.3.2. Analisis Regresi Linear Berganda	54

4.3.2.1. Uji Asumsi Klasik.....	54
4.3.2.2. Uji Model Regresi.....	57
4.3.3. Pengujian Hipotesis	61
4.3.3.1. Hipotesis 1.....	61
4.3.3.2. Hipotesis 2.....	61
4.3.3.3. Hipotesis 3.....	61
4.4. Pembahasan	62
4.4.1. Implikasi Secara Teoritis	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	34
Tabel 3.2 Kaiser – Meyer – Olkin	40
Tabel 3.3 Kriteria Reliabilitas Instrumen Berdasarkan Koefisien Korelasi	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Parsial	58
Tabel 4.7 Hasil Uji F	59
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 2.3 Model Struktural Penelitian	30
Gambar 2.4 Model Teori Penelitian.....	31
Gambar 4.1 Deskripsi Lokasi Universitas Bakrie.....	52
Gambar 4.2 Deskripsi <i>Brand Image</i>	53
Gambar 4.3 Deskripsi Keputusan Pembelian.....	54
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2 Hasil Analisis Data Responden	75