

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MAHASISWA DALAM MEMILIH KULIAH DI
UNIVERSITAS BAKRIE**

TUGAS AKHIR



JIHAN

1171001124

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

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA DALAM MEMILIH
KULIAH DI UNIVERSITAS BAKRIE**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



JIHAN

1171001124

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

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 : Jihan

NIM : 1171001124

Tanda Tangan



Tanggal : 26 Juli 2021

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR


Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Jihan
NIM : 1171001124
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa dalam Memilih Kuliah di Universitas Bakrie

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir., M.M ()

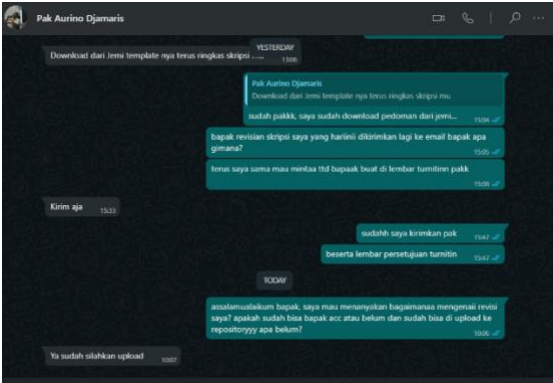
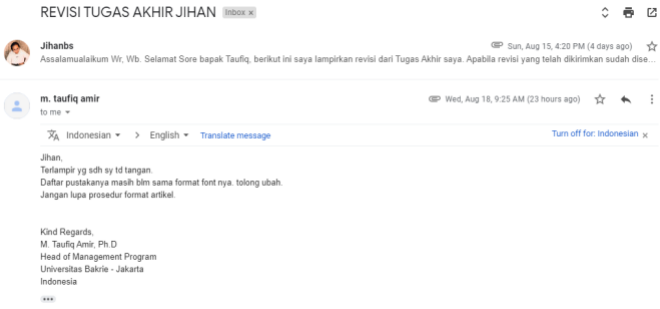

Penguji I : M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D. ()

Penguji II : Arief B. Suharko, B.S.E.E., M.S.E.E., Ph. D ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING

<p>NAMA MAHASISWA / NIM</p>	<p style="text-align: center;">Jihan/117100124</p>
<p>JUDUL SKRIPSI</p>	<p style="text-align: center;">Pengaruh Brand Image dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa dalam Memilih Kuliah di Universitas Bakrie</p>
<p>DISETUJUI TANGGAL</p>	<p style="text-align: center;">18 Agustus 2021</p>
<p>PEMBIMBING</p>	
<p>PEMBAHAS</p>	
<p>PENGUJI</p>	

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-nya penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Pengaruh *Brand Image* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Dalam Memilih Kuliah di Universitas Bakrie”**.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam mendukung dan membantu peneliti selama pelaksanaan Tugas Akhir, di antaranya:

1. Mami dan Abi sebagai orangtua yang luar biasa yang tidak henti-henti nya memberikan dukungan baik dari materi maupun moral, doa serta motivasi kepada penulis dan juga senantiasa mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie dan selaku dosen penguji I dan Bapak Arief B. Suharko, B.S.E.E., M.S.E.E., Ph.D. selaku dosen penguji II.
3. Bapak Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus menjadi Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Para Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie.
5. Salsabila Amanda, Fahmi Fauzan, Raihan Hassani, yang telah berjuang bersama-sama dan saling memberikan dukungan semenjak awal perkuliahan hingga sekarang.
6. Almarhum Afta Lauda Afriza yang telah menemani penulis sejak masa SMP hingga masa kuliah.

7. Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Bakrie 2018/2019 yang telah memberikan berbagai pengalaman berharga yang sangat berguna untuk membangun karakter pengembangan diri penulis.
8. Close Friends di account @xnoturb yang telah menjadi saksi serta memberikan semangat dan menjadi penghibur penulis dalam penulisan skripsi ini.
9. Rizky Panca Damara yang telah membantu dan memberikan masukan serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya.
10. Teman-teman semasa perkuliahan di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu yang mewarnai hidup penulis selama masa perkuliahan.
11. Semua pihak terkait yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi penelitian berikutnya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 19 Maret 2021



Jihan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Jihan

NIM : 1171001124

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

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

“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH KULIAH DI UNIVERSITAS BAKRIE”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan has bebas royalty Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/format kan, 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 : 27 Juli 2021

Yang Menyatakan



Jihan

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA DALAM MEMILIH KULIAH DI UNIVERSITAS BAKRIE

Jihan¹

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *brand image* dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Bakrie serta variabel manakah yang berpengaruh paling kuat terhadap keputusan pembelian mahasiswa. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu *Brand Image* (X1), Lokasi (X2). Sedangkan untuk variabel terikat nya yaitu keputusan pembelian (Y) yang menggunakan lima dimensi, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca-pembelian. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang disebar kepada 120 responden dengan menggunakan kuesioner dengan teknik *convenience sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian untuk kuliah di Universitas Bakrie dan Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian untuk kuliah di Universitas Bakrie. Dan hasil penelitian ini membuktikan bahwa *brand image* dan lokasi tidak berpengaruh simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian untuk kuliah di Universitas Bakrie.

Kata Kunci: *Brand Image*, Lokasi, Keputusan Pembelian

¹ Mahasiswi Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND LOCATION TOWARDS
STUDENT'S DECISION OF CHOOSING COLLEGE AT BAKRIE
UNIVERSITY***

Jihan²

ABSTRACT

This research purpose is to determine whether brand image and location have a significant effect towards Bakrie University student's purchasing decision and which variable has the strongest effect on students purchasing decision. This research uses two independent variables; they are Brand Image (X1) and Location (X2). Meanwhile, the dependent variable is purchase decision (Y) which uses five dimensions, namely need recognition, information search, alternative evaluation, purchase decision and post-purchase behaviour. This research method uses a quantitative with descriptive approach, which is distributed to 120 respondents using a questionnaire with a convenience sampling technique. The result of this research indicate that Brand Image has a significant effect on purchasing decisions to study at Bakrie University and Location has no significant effect on purchasing decisions to study at Bakrie University. The results of this study prove that Brand Image and Location do not simultaneously affect purchasing decision to study at Bakrie University.

Keywords: Brand Image, Location, Purchase Decision

² Mahasiswi Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	17
PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang	17
1.2 Identifikasi Masalah	21
1.3 Batasan Masalah.....	22
1.4 Rumusan Masalah	22
1.5 Tujuan Penelitian.....	22
1.6 Manfaat Penelitian.....	22
BAB II.....	24
TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	24
Sumber: Olahan Penulis menggunakan SPSS 22.....	32
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran	32
2.2.1 Pemasaran	32
2.2.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	37
2.2.3 Lokasi.....	41
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	42
2.3 Kerangka Pemikiran	45
2.4 Hipotesis.....	46
BAB III.....	47
METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Desain Penelitian.....	47
3.2 Jenis Penelitian	47

3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian	47
3.4	Populasi dan Sampel	53
3.5	Metode Pengumpulan Data	55
3.5.1	Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran	55
3.5.2	Skala Pengukuran.....	56
3.6	Uji Instrument Penelitian	56
3.7	Uji Kelayakan Model	57
3.7.3	Uji Keberartian Model (Uji G)	59
3.7.4	Uji Wald	60
3.7.5	Koefisien Determinasi Model	61
3.7.6	Interpretasi Model.....	61
BAB IV	62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	62
4.2	Hasil Penelitian	62
4.2.1	Pre Test Kuesioner.....	62
4.2.2	Uji Validitas.....	63
4.2.3	Uji Realibilitas	66
4.2.3	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	67
4.2.3.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.3.2	Karakteristik Responden berdasarkan Program Studi	68
4.2.3.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	69
4.2.3.4	Analisis Deskriptif Variabel Lokasi	70
4.2.3.5	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	71
4.2.4	Uji Kelayakan Model	72
4.2.4.1	Analisis Regresi Logistik Ordinal	72
4.2.4.2	Uji Kebaikan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	73
4.2.4.3	Uji Keberartian Model (Uji G)	74
4.2.4.4	Uji Wald	75
4.2.4.5	Koefisien Determinasi Model.....	76
4.2.4.6	Interpretasi Model.....	77
4.2.5	Pembahasan	77
BAB V	80

KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Batasan Penelitian	80
5.3 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Peneliti Terdahulu.....	24
Tabel 2	Operasional Variabel.....	50
Tabel 3	Pre-Test Kuesioner Variabel X.....	63
Tabel 4	Pre-Test Kuesioner Variabel Y.....	65
Tabel 5	Pre-Test Kuesioner Uji Realibilitas.....	66
Tabel 6	Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	67
Tabel 7	Karakteristik Responden Program Studi.....	68
Tabel 8	Analisis Deskriptif Variabel Brand Image.....	69
Tabel 9	Analisis Deskriptif Variabel Lokasi.....	70
Tabel 10	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 11	Parameter Estimates.....	73
Tabel 12	Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit).....	73
Tabel 13	Model Fitting Information.....	74
Tabel 14	Parameter Estimates Uji Wald.....	75
Tabel 15	Pseudo R-Square.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Daftar Perguruan Tinggi Swasta Terbaik di Jakarta	18
Gambar 2 Logo Universitas Bakrie	19
Gambar 3 Proses Keputusan Pembelian	43
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	86
Lampiran 2 Validitas	89
Lampiran 3 Realibilitas.....	91
Lampiran 4 Karakteristik Responden	91
Lampiran 5 Karakteristik Variabel	92
Lampiran 6 Analisis Regresi Logistik Ordinal.....	94