

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*), LOKASI, DAN BIAYA
PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENEMPUH
PENDIDIKAN DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

Ilham Kurniadhi¹

¹Universitas IBA, Palembang, Indonesia, ilhamkurniadhi01@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the influence of brand image, location, and educational cost variables on student's decision to pursue education at Muhammadiyah University of Palembang partially and simultaneously. This study uses the primary data obtained through questionnaires. Samples are taken as many as 100 students S-1 Muhammadiyah University of Palembang by using purposive sampling method. Analytical techniques used are multiple linear regression analysis, F test and T test. The results of this study indicate that the brand image, location, and cost of education partially and simultaneously have a significant effect on the decision of students to study at the University of Muhammadiyah Palembang. In this research, location variable becomes the most dominant variable influencing student decision to study at Muhammadiyah University of Palembang followed by brand image and education cost.

Keywords: *Brand Image (image), Location, Cost of Education, Student Decision*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, perubahan terjadi di hampir semua lini kehidupan masyarakat baik itu sosial, budaya, teknologi, informasi, ilmu pengetahuan, dan masih banyak yang lainnya. Perubahan ini menyebabkan perubahan pandangan mengenai pentingnya pendidikan. Menurut UU No. 20 Tahun 2003: pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara. Pendidikan di Indonesia dibagi kedalam empat jenjang, yaitu pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Saat ini, pendidikan tinggi menjadi penting bagi masyarakat urban karena mampu mengangkat derajat seseorang dan menaikkan kelas sosialnya di masyarakat.

Dalam Undang Undang Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi. Dijelaskan pada pasal 1 butir 2: "Pendidikan Tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh

perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia”. Palembang yang merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Selatan menjadi pusat pendidikan tinggi yang ada di Sumatera Selatan karena banyaknya perguruan tinggi bergengsi yang tersebar di beberapa tempat di kota Palembang. Dari sekian banyaknya perguruan tinggi yang ada di kota Palembang, Universitas Muhammadiyah Palembang menjadi salah satu perguruan tinggi swasta terkemuka yang ada di kota Palembang. Universitas Muhammadiyah Palembang yang berlokasi di Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang memiliki lokasi yang strategis. Selain berada di jalan utama, daerah tersebut juga dikenal sebagai daerah pusat pendidikan tinggi di kota Palembang,

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Eliza Meilyaningsih & Kristina Sisilia (2015) mengenai “Analisis Faktor Pengambilan Keputusan Mendaftar di Institusi Pendidikan Tinggi Swasta” menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa antara lain biaya pendidikan, akreditasi, komunikasi pemasaran, citra perguruan tinggi, motivasi, sikap pelayanan, fasilitas, situasi, kondisi, proses, promosi, informasi, orangtua/keluarga, mutu pendidikan, kesempatan kerja, reputasi lembaga, dan lingkungan sosial. Berdasarkan penelitian diatas, Citra merek (brand image), lokasi, dan biaya pendidikan merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menentukan pilihan menempuh pendidikan di perguruan tinggi.

Menurut Kotler & Armstrong (2012: 225) “Brand image adalah keyakinan tentang merek tertentu”. Menurut data BAAK Universitas Muhammadiyah Palembang pada November 2017 Universitas Muhammadiyah Palembang memiliki 10.840 mahasiswa aktif yang terdiri dari 6.012 Mahasiswa, dan 4.828 Mahasiswi.

Tabel 1. Data jumlah mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Palembang
Per November 2019

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa Aktif
1.	Fakultas Teknik	2.443
2.	Fakultas Ekonomi	3.244
3.	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP)	1.298
4.	Fakultas Pertanian	1.034
5.	Fakultas Hukum	1.865
6.	Fakultas Agama Islam	624
7.	Fakultas Kedokteran	329
Total		10.840

Sumber : BAAK Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2019

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang tidak hanya dari kota Palembang dan Kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan saja, tetapi banyak juga yang datang dari luar Sumatera Selatan bahkan luar pulau Sumatera. Hal ini menunjukkan bahwa Universitas Muhammadiyah Palembang memiliki citra yang cukup baik dimata konsumennya. Mahasiswa yang sekarang menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang tentu saja memiliki berbagai pertimbangan dalam memutuskan pilihannya kuliah di perguruan tinggi ini. Selain citra merek (*brand image*), lokasi dan biaya pendidikan menjadi penting bagi mahasiswa dalam menentukan pilihannya kuliah di perguruan tinggi.

Lokasi yang meliputi lokasi kampus serta lingkungannya, akan berdampak pada keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Pemilihan lokasi sangat penting dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa indikator berkaitan dengan kemudahan akses, tempat parkir yang luas dan aman, serta lingkungan yang mendukung (Tjiptono, 2011:41-42). Pemilihan lokasi dengan kemudahan akses, tempat yang nyaman dan keselamatan terjamin akan menambah nilai positif atau nilai tambah bagi mahasiswa dalam menjustifikasi pilihan, karena dengan kemudahan tersebut membuat konsumen tidak harus mengeluarkan biaya tambahan guna mencapai perguruan tinggi tersebut dan mengorbankan lebih banyak waktu. Selain lokasi, faktor lain yang menjadi pertimbangan bagi mahasiswa dalam menentukan pilihannya kuliah di perguruan tinggi adalah biaya pendidikan.

Biaya pendidikan merupakan salah satu komponen instrumental yang sangat penting didalam penyelenggaraan pendidikan. Tanpa dukungan biaya pendidikan yang memadai, maka proses pendidikan tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, sebuah lembaga pendidikan harus dapat mengelola dana untuk kelangsungan proses kegiatan belajar mengajar.

Tabel 2. Biaya Kuliah per Semester Universitas Muhammadiyah Palembang 2019

No	Fakultas	Biaya Kuliah per Semester
1.	Fakultas Teknik	Rp : 5.798.000
2.	Fakultas Ekonomi	Rp : 5.491.000
3.	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP)	Rp : 5.115.500
4.	Fakultas Pertanian	Rp : 4.864.000
5.	Fakultas Hukum	Rp : 5.295.500
6.	Fakultas Agama Islam	Rp : 4.506.500
7.	Fakultas Kedokteran	Rp : 28.065.500

Sumber : BAAK Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2019

Biaya pendidikan ini menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam memutuskan perguruan tinggi mana yang akan dipilih. Ditengah-tengah kondisi perekonomian yang tidak menentu saat ini, masyarakat menjadi peka dengan biaya pendidikan. Mahasiswa sebagai konsumen cenderung mencari harga yang rendah tetapi memberikan nilai manfaat yang tinggi (Lupiyoadi & Hamdani 2013:134).

METODOLOGI PENELITIAN

Ruang lingkup dalam penelitian ini difokuskan untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*), lokasi, dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang. Penelitian ini termasuk dalam penelitian *survey*, yaitu peneliti mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Palembang. Terdapat dua macam variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- Variabel Independen (X) merupakan variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2014: 39). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini

adalah citra merek (*brand image*) (X1), lokasi (X2), dan biaya pendidikan (X3).

- Variabel Dependen (Y) disebut variabel terikat, yaitu variabel yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan mahasiswa dalam menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang (Y).

Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. Indikator Defenisi Operasional Variable

No.	Nama Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<i>Brand Image</i> (X1)	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas pembelajaran baik. • Manfaat/kegunaan. • Kualitas pelayanan • Memiliki popularitas tinggi. 	• Skala Linkert
2.	Lokasi (X2)	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi kampus. • Terintegrasi dengan fasilitas publik. • Tempat parkir luas dan aman. • Lingkungan yang mendukung. 	• Skala Linkert
3.	Biaya Pendidikan (X3)	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya pendaftaran. • Biaya perkuliahan tiap semester. • Tersedianya beasiswa selama masa kuliah. • Biaya hidup selama menempuh pendidikan. 	• Skala Linkert
4.	Keputusan Konsumen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari informasi. • Mengevaluasi alternatif pilihan. • Menentukan pilihan. • Merekomendasikan dengan pihak lain. 	• Skala Linkert

Sumber: Data yang di olah dari berbagai referensi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Palembang dari 7 fakultas yang ada dengan total mahasiswa 10.840 orang. Sampel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus Slovin untuk populasi yang diketahui jumlahnya sebagai berikut (Sugiyono 2014).

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} \quad n = \text{Ukuran sampel} \quad N = \text{Ukuran populasi} \quad e = \text{error}$$

Dalam penelitian ini :

$$N = 10.840 \quad e = 10 \% \quad n = \frac{10.840}{1 + 10.840 \times 0.102}$$

$n = 99,08$ digenapkan menjadi 100 responden.

Tabel 4. Sebaran Sampel Penelitian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

No.	Fakultas	Jumlah populasi	Proporsi sampel	Jumlah sampel
1.	Fakultas Teknik	2.443	2.443/10.840×100	22
2.	Fakultas Ekonomi	3.244	3.244/10.840×100	30
3.	FKIP	1.298	1.298/10.840×100	12
4.	Fakultas Pertanian	1.034	1.034/10.840×100	10
5.	Fakultas Hukum	1.865	1.865/10.840×100	17
6.	F. Agama Islam	624	624/10.840×100	6
7.	F. Kedokteran	329	329/10.840×100	3
Jumlah				100

Sumber: data primer yang diolah

Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, karena peneliti menentukan kriteria dari populasi yang akan dijadikan sampel. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive Sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara menetapkan secara sengaja kriteria atau pertimbangan tertentu berdasarkan tujuan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil regresi sebagai berikut :

Tabel 5. Analisis regresi linier berganda

Coefficients ^a						
Mode	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	
1						
1	(Constant	3.648	1.433		2.545	.013
)					
	X1	.255	.103	.242	2.476	.015
	X2	.319	.109	.323	2.921	.004
	X3	.182	.092	.191	1.963	.052

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data

Bentuk model persamaan regresi untuk pengaruh Citra Merek (*brand image*), Lokasi dan Biaya Pendidikan terhadap Keputusan mahasiswa adalah sebagai berikut

$$Y = a + bX_1 + cX_2 + dX_3 + e$$

$$Y = 3.648 + 0,255 X_1 + 0,319 X_2 + 0,182 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linear diatas dapat di interprestasikan bahwa nilai konstanta bernilai 3.648 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *independent*, Citra Merek

(*brand Image*) (X1) sebesar 0,255 Lokasi (X2) sebesar 0,319, dan Biaya Pendidikan (X3) sebesar 0,182. Terlihat nilai positif pada variabel Citra Merek (*brand Image*) (X1) Lokasi (X2), dan Biaya Pendidikan (X3) maka variabel Citra Merek (*brand Image*) Lokasi, dan Biaya Pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan mahasiswa menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan analisis uji-t dapat diuraikan sebagai berikut :

- Variabel Citra Merek (*brand image*) (X1) mempunyai nilai t hitung 2,476 lebih besar dari nilai t tabel 1,660 dengan nilai signifikan sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,10. Hal ini berarti secara parsial variabel Citra Merek (*brand image*) (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y). Sesuai dengan hipotesis penelitian yaitu
- Variabel Lokasi (X2) mempunyai nilai t hitung sebesar 2,921 lebih besar dari pada t tabel 1,660 dengan nilai signifikan sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,10. Hal ini berarti secara parsial variabel Lokasi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y).
- Variabel Biaya Pendidikan (X3) mempunyai nilai t hitung 1,963 lebih besar daripada nilai t tabel 1,660 dengan nilai signifikan sebesar 0,052 yang lebih kecil dari 0,10. Hal ini berarti secara parsial variabel Biaya Pendidikan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y).

Uji simultan (Uji F)

Tabel 6. Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	238.439	3	79.480	21.117	.000 ^b
Residual	361.321	96	3.764		
Total	599.760	99			

Hasil pengujian secara simultan (uji f) pada tabel ANOVA model 1 dengan N sebanyak 100 diperoleh dari kualitas F_{hitung} sebesar 21,117 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2,36 dengan nilai tingkat probabilitas signifikan $F = 0,000$ lebih kecil dari Alpha 0,10 ($Sig. F = 0,000 < \alpha 0,10$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Merek (*brand image*) (X1), Lokasi (X2), dan Biaya Pendidikan (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan mahasiswa menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang (Y). sesuai dengan hipotesis penelitian pada bab sebelumnya yakni H4 : Citra Merek (*brand image*), Lokasi, dan Biaya Pendidikan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Keputusan mahasiswa menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis uji simultan (uji F) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent dengan total Fhitung yakni 21,117 yang lebih besar dari Ftabel yakni 2,36 yang menunjukkan bahwa variabel independent Citra Merek (brand image) (X1), Lokasi (X2), dan Biaya Pendidikan (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent Keputusan mahasiswa menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Hasil uji F ini berbanding lurus dengan teori yang dikemukakan oleh Buchari Alma tentang model penawaran jasa pendidikan tinggi. Menurut Alma (2011:373) model penawaran jasa pendidikan tinggi terdiri dari Input, Penyusunan Desain, Penawaran Jasa, Strategi Marketing Mix, Proses, dan Tujuan. Strategi marketing mix terdiri dari Product (layanan akademik dan layanan social kultur), Promotion (menggunakan media cetak dan elektronik), Place (lokasi), Price (SPP, sumbangan pembangunan, dsb), Personal Traits (unsur pemimpin).

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (uji t) pada analisis regresi linier berganda diketahui bahwa semua variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Citra Merek (brand image) (X1) dengan nilai signifikan 0,015 lebih kecil dari 0,10, Lokasi (X2) dengan nilai signifikan 0,004 lebih kecil dari 0,10, dan Biaya Pendidikan (X3) dengan nilai signifikan 0,052 lebih kecil dari 0,10.

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel independent yang paling berpengaruh terhadap variabel dependent adalah Lokasi (X2). Menurut Swastha (2010: 92), lokasi adalah tempat di mana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian, dan waktu tempuh lokasi tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Dalam penelitian ini, Lokasi yang dimaksud adalah Lokasi kampus Universitas Muhammadiyah Palembang yang memang berada di tempat yang strategis dan menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki Universitas Muhammadiyah Palembang.

Variabel independent selanjutnya yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent dalam penelitian ini adalah Citra Merek (brand image) (X1). Menurut Buchari Alma (2011: 372) mengemukakan pendapat tentang fungsi Citra Merek (brand image) dalam pendidikan tinggi “membentuk citra yang baik terhadap lembaga pendidikan tinggi sangat penting dilakukan dalam rangka menarik minat sejumlah mahasiswa, maka lembaga pendidikan harus menggunakan/mengembangkan berbagai upaya strategi yang dikenal dengan upaya strategi bauran pemasaran”.

Variabel independent terakhir yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent dalam penelitian ini adalah Biaya Pendidikan (X3). Menurut Alma (2011:306) biaya pendidikan adalah seluruh pengorbanan finansial yang harus dikeluarkan mahasiswa untuk mendapatkan jasa pendidikan. Biaya Pendidikan tidak begitu besar pengaruhnya terhadap keputusan konsumen. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler (2012) bahwa konsumen bersedia mengeluarkan biaya lebih jika benefit yang didapatkan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang dikemukakan serta hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh Variabel *independent* Citra Merek (*brand image*) (X1), Lokasi (X2), dan Biaya Pendidikan (X3) terhadap variabel *dependent* Keputusan mahasiswa menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang (Y).
- Diantara variabel *independent* Citra Merek (*brand image*) (X1), Lokasi (X2), dan Biaya Pendidikan (X3) yang paling dominan mempengaruhi variabel *dependent* Keputusan mahasiswa menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang adalah variabel Lokasi (X2).

REFERENSI

- Afriyana, Setyawati. *Pengaruh Motivasi, Biaya Pendidikan Dan Kelompok Refrensi Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi*. Sumatera Barat : Jurnal STKIP PGRI, 2012.
- Alma , Buchari . *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Andriani , Kusmawati . "A Qualitative Study of the Factors Influencing Student Choice." *Brawijaya Malang* , 2013.
- Daftar Perguruan Tinggi di Kota Palembang*. September 30, 2016. www.pendaftaran.mahasiswa.web.id (accessed September 30, 2017).
- Daftar Universitas Terbaik di Kota Palembang* . 2016. www.ban-pt-universitas.com (accessed September 30, 2017).
- Dewa Ayu Kartini , Wayan Suwendra Ketut Kirva. "Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam memilih jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) ." *Bisma 2* (n.d.).
- Eliza , Meilyaningsih , and Sisilia Kristina . "Analisis Faktor Pengambilan Keputusan Mendaftar Di Institusi Pendidika Tinggi Swasta ." *jurnal e-Proceeding of Management* 3 (n.d.).
- Fita, Ikawati Rusdian . "Pengaruh Lingkungan,Citra Perguruan Tinggi,Motivasi, Dan Prospek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Poltekkes Rs.Dr.Soepraoen." *Jurnal Kesehatan Hesti Wira Sakti* 4 (Oktober 2016).
- Iken , Wulandari Mety. "Pengaruh Brand Image dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tiggi." 2017.
- Jafar , Faida . *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa SDM, Inovasi , dan Kepuasan Pelangan* . Jakarta : Salemba Empat , 2012.
- Kotler, Philip,Keller,Kevin L . *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarya : Erlangga, 2013.
- Lupiodi, Rambat , and Hamdani A. . *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3* . Jakarta : Selemba Empat , 2013.
- Muhson , Ali. *Modul Pelatihan Analisis Statistik dengan SPSS* . yOGYAKARYA : FE UNY , 2012.
- Petter, J Paul dan Olson,C. Jerry. *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi*

Pemasaran . Jakarta : Erlangga , 2013.
Rangkuti, Freddy. *The Power Of Brand* . Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama , 2010.