

**PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIVERSITAS
SATYA NEGARA INDONESIA**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



Oleh :

Nama : Suci Fitrayni Purnama

NIM : 041501503125097

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

2019

**PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIVERSITAS
SATYA NEGARA INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen-Strata 1



Oleh :

Nama : Suci Fitrayni Purnama

NIM : 041501503125097

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

2019

ABSTRAK

Di era globalisasi seperti sekarang ini, pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan taraf hidup. Pendidikan yang tinggi memang bukan suatu syarat mutlak untuk mencapai kesuksesan. Tetapi, paling tidak pendidikan dapat memberikan jaminan bagi hidup seseorang. Calon mahasiswa akan dihadapkan pada begitu banyaknya pertimbangan yang harus dipikirkan. Seperti pilihan produk, harga (biaya yang dikeluarkan), lokasi, hingga citra merek (citra perguruan tinggi). Hal-hal itulah yang akan menjadi bahan pertimbangan calon mahasiswa dalam menentukan keputusan untuk memilih perguruan tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel produk, harga, lokasi, dan citra merek secara parsial maupun simultan terhadap keputusan memilih. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia periode tahun 2018-2019 sebanyak 750 mahasiswa dan mendapatkan sampel dengan rumus slovin sebanyak 260 responden untuk mewakili. Desain penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kuantitatif. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan *Simple Random Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi dan data kuesioner, serta jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara simultan variabel produk, harga, lokasi, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Satya Negara Indonesia. Hal ini dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 98.022 dengan nilai signifikan 0.000. Sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi, dan citra merek terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Satya Negara Indonesia berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dilihat dari nilai t_{hitung} dimana variabel produk sebesar 3.690 dengan nilai signifikan 0.000, variabel harga sebesar 3.922 dengan nilai signifikan 0.000, variabel lokasi sebesar 3.015 dengan nilai signifikan 0.003, sedangkan variabel citra merek sebesar 5.491 dengan nilai signifikan 0.000.

Kata Kunci: produk, harga, lokasi, citra merek dan keputusan memilih

ABSTRACT

In the current era of globalization, education has a very important role in improving living standards. Higher education is not an absolute requirement for success. But, at least education can provide guarantees for one's life. Prospective students will be faced with so many considerations that must be considered. Such as product choices, price (costs incurred), location, to the brand image (image of the college). Those things will be taken into consideration by prospective students in determining the decision to choose a tertiary institution. This study aims to determine the effect of product variables, price, location, and brand image partially or simultaneously on the decision to choose. The population in this study were Satya Negara Indonesia University students in the 2018-2019 period as many as 750 students and obtained a sample with a slovin formula of 260 respondents to represent. The research design used is quantitative research. Data collection used in this study was taken using Simple Random Sampling. Data collection methods used in this study are the method of observation and questionnaire data, and the types of data used in this study are primary and secondary data. Data analysis methods in this research are descriptive analysis, classic assumption test, and hypothesis testing. The results of data analysis showed that simultaneously product variables, price, location, and brand image had a positive and significant effect on the decision of students to choose Satya Negara Indonesia University. This can be seen from the Fcount value of 98,022 with a significant value of 0,000. While partially shows that product variables, price, location, and brand image on the decision of students to choose Satya Negara Indonesia University has a positive and significant effect. This can be seen from the tcount where the product variable is 3,690 with a significant value of 0,000, the price variable is 3,922 with a significant value of 0,000, the location variable is 3,015 with a significant value of 0.003, while the brand image variable is 5,491 with a significant value of 0,000.

Keywords: *product, price, location, brand image, and decision to choose*