

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PENGAJAR
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA KULIAH DI
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

VINENSYA ROSALIA PARERA

11130042

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2017

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PENGAJAR
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA KULIAH DI
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

VINENSYA ROSALIA PARERA

11130042

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2017

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PENGAJAR
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA KULIAH DI
FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA
WACANA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

VINENSYA ROSALIA PARERA

NIM: 11130042

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PENGAJAR
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA KULIAH DI FAKULTAS
BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

VINENSYA ROSALIA PARERA

11130042

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **28 APR 2017**.....

Nama Dosen

1. : Jonathan Herdioko, S.E, M.M
2. : Dra. Ambar Kusuma Astuti, MSi
3. : Dr. Singgih Santoso, M.M

Yogyakarta, **04 MAY 2017**.....

Tanda Tangan

Jonathan Herdioko
Dra. Ambar Kusuma Astuti
Dr. Singgih Santoso

Disahkan oleh:



Dekan,
DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Drs. Sisnuhadi

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PENGAJAR TERHADAP
KEPUASAN MAHASISWA KULIAH DI FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 19 April 2017



Vinensya Rosalia Parera

11130042

HALAMAN MOTTO

**“Hai anak-anak, taatilah orang tuamu dalam segala hal, karna itulah indah
di dalam Tuhan”**

(Kolose 3:20)

**Jangan seorangpun menganggap engkau rendah karena engkau muda.
Jadilah teladan bagi orang-orang percaya,
dalam perkataanmu, dalam tingkah lakumu, dalam kasihmu,
dalam kesetiaanmu dan dalam kesucianmu”**

1 Timotius 4:12

**“Dengarkanlah nasihat dan terimalah didikan,
supaya engkau menjadi bijak
di masa depan”**

Amsal 9:20

HALAMAN PERSEMBAHAN

The Script Present For :

- ✚ ALLAH didalam Nama Yesus Kristus.
- ✚ Kedua Orang tua saya.
- ✚ Kakak dan Adik Saya
- ✚ Keluarga Parera dan Sahertian
- ✚ Dosen Pembimbing saya Bapak DR. Singgih Santoso, MM
- ✚ Seluruh Dosen Fakultas Bisnis UKDW.
- ✚ Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)
- ✚ Sahabat Gandong
- ✚ Teman-teman Fakultas Bisnis 2013

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *“Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pengajar Terhadap Kepuasan Mahasiswa Kuliah Di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta”* ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih yang tidak berkesudahan dalam kehidupan saya. Di mana penyertaan yang sempurna dari awal perkuliahan hingga selesainya penulisan Skripsi ini, tangan Tuhan selalu menopang.
2. Keluarga tercinta saya yaitu Papa max, Mama na , selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat dan kasih sayang yang tulus dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga

dapat menyelesaikan kuliah saya dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.

3. Saudara tercinta : Krisly Paldo Parera dan Bryan Trialvi Parera
4. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
6. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini hingga selesai tepat waktu.
7. Semua keluarga terkasih di kota Ambon dan Timika yang tak pernah berhenti memberikan motivasi dan doa kepada saya.
8. Sahabat tersayang yaitu Gandong (Guntur,Reky,Bung Felix,Josua, Richard, Rolan, Bagus, kak acul, dan Gigi) yang mana sudah melewati masa susah dan senang selama kuliah bersama-sama dan selalu menjadi saudara yang setia disaat merantau dan jauh dari keluarga, kalian juga yang menjadi motivator yang baik untuk saya menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
9. Kakak-kakak terbaik : kak Ongen, kak Febry, kak Desy, kak dita,kak anggie,kak ocha, Kak Eva, kak Sri, kak Chin, kak Citra yang sudah menjadi orang terdekat saya juga selama masa kuliah. Selalu menjadi inspirasi bagi saya untuk lebih baik lagi kedepan dan telah banyak memberikan masukan, bantuan, dan semangat bagi saya dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

10. Teman-teman Manajemen 2013 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
11. Pak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengolah data skripsi.
12. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi penyempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, April 2017

Penulis,

Vinensya Rosalia Parera

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5

1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Batasan Penelitian	7
BAB II. LANDASAN TEORI	8
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	9
2.2. Merek (<i>Brand</i>)	9
2.2.1. Pengertian Merek	9
2.2.2. Manfaat Merek	10
2.2.3. Tingkatan Merek	12
2.2.4. Karakteristik Merek	13
2.3. Citra (<i>Image</i>)	13
2.3.1. Pengertian Citra	14
2.3.2. Fungsi Citra	14
2.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	15
2.4.1. Pengertian Citra Merek	15
2.4.2. Komponen Citra Merek	15
2.4.3. Manfaat Citra Merek	16
2.5. Kualitas Pengajar	16

2.5.1. Pengertian Kualitas Pengajar	16
2.6. Kepuasan Konsumen	18
2.6.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	18
2.7. Penelitian Terdahulu	20
2.8. Kerangka Penelitian	21
2.9 Hipotesis Penelitian	21
BAB III. METODE PENELITIAN	23
3.1. Data	23
3.1.1. Definisi Pengumpulan Data	24
3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	25
3.2.1. Definisi Operasional Variabel	25
3.2.2. Pengukuran Variabel	27
3.3. Metode Analisis Data	28
3.3.1. Uji Validitas	28
3.3.2. Uji Reliabilitas	29
3.3.3. Analisis Deskriptif	30
3.3.4. Koefisien Determinasi (R^2)	30
3.3.5. Analisis Regresi Linear Berganda	31

BAB IV. HASIL PENELITIAN	33
4.1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	33
4.1.1. Analisis Validitas	34
4.1.2. Analisis Reliabilitas	37
4.1.3. Analisis Deskriptif	37
4.1.4. Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.1.5. Koefisien Determinasi	43
4.2. Pembahasan Hasil	50
BAB V. PENUTUP	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Keterbatasan Penelitian	56
5.3. Saran	57
5.3.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian untuk Fakultas	57
5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Asal Daerah	41
Tabel 4.6. Hasil Regresi Linear Berganda	42
Tabel 4.7. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2)	43
Tabel 4.8. Hasil Uji F (F test)	45
Tabel 4.9. Hasil Uji T	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	21

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 5 Frekuensi

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel citra merek (*brand image*) yang meliputi citra perusahaan (*corporate image*), citra pemakai (*user image*), citra produk (*product image*) kualitas pengajar terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria mahasiswa Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat lima hipotesis sebagai berikut yaitu: pertama, citra fakultas bisnis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta. Kedua, citra pemakai tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta. Ketiga, citra produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di ukdw di Yogyakarta. Keempat, kualitas pengajar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta. Kelima, komponen variabel citra merek yang meliputi citra perusahaan, citra pemakai, citra produk dan kualitas pengajar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa dari tiga komponen variabel citra merek terdapat dua komponen variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta yaitu citra perusahaan, dan citra produk serta kualitas pengajar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta sedangkan satu komponen yang lain yaitu citra pemakai tidak berpengaruh signifikan.

Kata kunci : citra merek, citra perusahaan, citra pemakai, citra produk, kualitas pengajar dan kepuasan kuliah di Fakultas Bisnis.

ABSTRACT

This study examines the effect of the component variables on brand image. Which consists the variables of corporate image, the user image, the product image and quality of teachers towards the satisfaction of college students in the Business Faculty of Duta Wacana Christian University in Yogyakarta. The data collection method is by distributing questionnaire forms. Samples were selected by using the purposive sampling method. The respondents are 100 students of Business Faculty Duta Wacana Christian University.

Based on these criteria, there are five hypotheses as follows: first, the corporate image variable has a significant effect on college student satisfaction in the business faculty UKDW in Yogyakarta. Second, the user image does not significantly influence the satisfaction of college students in the faculty of business UKDW in Yogyakarta. Third, the product image significantly influences student satisfaction study in UKDW in Yogyakarta. Fourth, the quality of teachers significantly influence student satisfaction UKDW lectures at business schools in Yogyakarta. Fifth, the variable component which includes the brand image of the company's image, the image of the user, the image of the product and the quality of teachers simultaneously significant effect on college student satisfaction in the business faculty UKDW in Yogyakarta.

The hypothesis in this study uses the linear regression analysis. Statistic analysis shows that of the three variable components of brand image, there are two variables that significantly influence the satisfaction of college students. They are corporate image, product image and quality of their lectures. Meanwhile, one other component that is the user image is not significant.

keywords: brand image, corporate image, the image of the user, the image of the product, the quality of teachers and the satisfaction of lectures at the Faculty of Business.

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel citra merek (*brand image*) yang meliputi citra perusahaan (*corporate image*), citra pemakai (*user image*), citra produk (*product image*) kualitas pengajar terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria mahasiswa Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat lima hipotesis sebagai berikut yaitu: pertama, citra fakultas bisnis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta. Kedua, citra pemakai tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta. Ketiga, citra produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di ukdw di Yogyakarta. Keempat, kualitas pengajar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta. Kelima, komponen variabel citra merek yang meliputi citra perusahaan, citra pemakai, citra produk dan kualitas pengajar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa dari tiga komponen variabel citra merek terdapat dua komponen variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta yaitu citra perusahaan, dan citra produk serta kualitas pengajar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di fakultas bisnis ukdw di Yogyakarta sedangkan satu komponen yang lain yaitu citra pemakai tidak berpengaruh signifikan.

Kata kunci : citra merek, citra perusahaan, citra pemakai, citra produk, kualitas pengajar dan kepuasan kuliah di Fakultas Bisnis.

ABSTRACT

This study examines the effect of the component variables on brand image. Which consists the variables of corporate image, the user image, the product image and quality of teachers towards the satisfaction of college students in the Business Faculty of Duta Wacana Christian University in Yogyakarta. The data collection method is by distributing questionnaire forms. Samples were selected by using the purposive sampling method. The respondents are 100 students of Business Faculty Duta Wacana Christian University.

Based on these criteria, there are five hypotheses as follows: first, the corporate image variable has a significant effect on college student satisfaction in the business faculty UKDW in Yogyakarta. Second, the user image does not significantly influence the satisfaction of college students in the faculty of business UKDW in Yogyakarta. Third, the product image significantly influences student satisfaction study in UKDW in Yogyakarta. Fourth, the quality of teachers significantly influence student satisfaction UKDW lectures at business schools in Yogyakarta. Fifth, the variable component which includes the brand image of the company's image, the image of the user, the image of the product and the quality of teachers simultaneously significant effect on college student satisfaction in the business faculty UKDW in Yogyakarta.

The hypothesis in this study uses the linear regression analysis. Statistic analysis shows that of the three variable components of brand image, there are two variables that significantly influence the satisfaction of college students. They are corporate image, product image and quality of their lectures. Meanwhile, one other component that is the user image is not significant.

keywords: brand image, corporate image, the image of the user, the image of the product, the quality of teachers and the satisfaction of lectures at the Faculty of Business.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan sebuah proses yang dengan sengaja dilaksanakan semata-mata bertujuan untuk mencerdaskan. Melalui proses pendidikan akan terbentuk sosok-sosok individu sebagai sumber daya manusia yang akan berperan besar dalam proses pembangunan bangsa dan negara. Oleh karena itu, peran pendidikan demikian sangat penting sebab pendidikan merupakan kunci utama untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas. Pendidikan tidak akan ada habisnya. Pendidikan secara umum mempunyai arti suatu proses kehidupan dalam mengembangkan diri tiap individu untuk dapat hidup dan melangsungkan kehidupan. Sehingga menjadi seorang yang terdidik itu sangat penting. Kita dididik menjadi orang yang berguna baik bagi Negara, Nusa dan Bangsa. Pendidikan pertama kali yang kita dapatkan di lingkungan keluarga (Pendidikan Informal), lingkungan sekolah (Pendidikan Formal), dan lingkungan masyarakat (Pendidikan Nonformal).

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu propinsi dari 32 propinsi yang ada di Indonesia saat ini dengan ibu kota Yogyakarta. Daerah Istimewa Yogyakarta mendapat predikat sebagai kota pelajar karena Yogyakarta merupakan salah satu pusat pendidikan di Indonesia.

Seiring berjalannya waktu, berbagai jenis lembaga pendidikan tinggi negeri maupun swasta bermunculan di Yogyakarta, sehingga dapat dikatakan hampir tidak ada cabang ilmu pengetahuan yang tidak diajarkan di kota ini. Hal ini telah menjadikan Yogyakarta tumbuh sebagai salah satu kota pelajar dan pusat pendidikan di Indonesia. Ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat dari seluruh Indonesia yang datang dan menuntut ilmu di Yogyakarta. Dari banyaknya mahasiswa yang kuliah ke Yogyakarta, ada sekitar 1000 lebih mahasiswa yang memilih Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) sebagai tempat kuliah tiap tahunnya.

Mendapat gelar sebagai kota pelajar maka tidak heran terdapat banyak perguruan tinggi yang ada dan menawarkan berbagai macam bidang ilmu pengetahuan dengan keunggulan – keunggulan yang dimiliki. Hal ini tentu sangat berguna karena dapat memenuhi semua permintaan dari masyarakat akan suatu lembaga pendidikan yang dapat mencetak sumber daya manusia yang unggul. Namun di sisi lain, hal ini juga membuat persaingan diantara perguruan tinggi kian ketat. Perguruan tinggi bukanlah perusahaan yang senantiasa hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi bukan juga badan amal, melainkan sebuah industri paling vital yang harus dikelola seefektif mungkin.

Universitas Kristen Duta Wacana didirikan pada tahun 1985 sebagai pengembangan dari Sekolah Tinggi Theologia Duta Wacana. Sekolah Tinggi Theologia Duta Wacana didirikan pada tahun 1962 sebagai penggabungan dari Akademi Theologia Jogjakarta dan Sekolah Theologia Bale Wiyata, Malang.

Sejarah: Pada tanggal 31 Oktober 1985, Sekolah Tinggi Theologia Duta Wacana secara resmi menjadi Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW); Salah satu fakultas yang didirikan adalah Fakultas Ekonomi dengan satu program studi, yakni program studi manajemen. Dalam pengembangannya, jurusan manajemen yang semula tidak mempunyai bidang minat (konsentrasi), kemudian menawarkan dua bidang minat, yakni manajemen pemasaran dan manajemen keuangan; hal itu untuk mengantisipasi kebutuhan pasar akan tenaga profesional yang mempunyai kompetensi khusus di bidang manajemen pemasaran atau manajemen keuangan. Perubahan lingkungan usaha di Indonesia, yang didukung dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi, mendorong naiknya permintaan akan tenaga akuntan yang selain menguasai ilmu akuntansi juga terampil dalam penguasaan teknologi informasi. Untuk itu, pada tahun 2000, Fakultas Ekonomi membuka satu program studi baru, yakni program studi Akuntansi. Sejalan dengan perkembangan dan tuntutan dunia usaha yang membutuhkan tenaga profesional dengan kompetensi khusus di bidang akuntansi, Jurusan (Program Studi) Akuntansi membuka beberapa konsentrasi, yakni Akuntansi Keuangan, Akuntansi Manajemen dan Pengauditan. Sebagai upaya antisipasi dinamika lingkungan organisasi di masa mendatang, khususnya kerjasama dengan berbagai perguruan tinggi di luar negeri, mulai tanggal 1 Januari 2011 nama Fakultas Ekonomi secara resmi diubah menjadi Fakultas Bisnis.

Visi dan Misi Fakultas Bisnis:

Visi :Menjadi Fakultas Bisnis terpercaya dan berkarakter dengan menerapkan teknologi informasi dalam proses pembelajaran untuk melahirkan generasi kreatif, inovatif dan mandiri dalam dunia yang pluralistik berdasarkan kasih.

Misi Fakultas Bisnis:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran bisnis berbasis riset serta mengembangkan sumber daya manusia yang profesional, mandiri, dan terpercaya.

2. Melakukan riset bidang bisnis dan kewirausahaan bagi pengembangan ilmu manajemen dan akuntansi berbasis teknologi informasi.

3. Berpartisipasi dalam pengembangan masyarakat melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan disiplin ilmu manajemen dan akuntansi yang dijiwai oleh semangat kewirausahaan.

4. Mengembangkan iklim pembelajaran yang mampu meningkatkan daya penalaran dan kepekaan dalam menghadapi lingkungan pluralistik yang selalu berubah sehingga menumbuhkan kemandirian serta perilaku kreatif dan inovatif.

5. Mengembangkan sistem organisasi dan manajemen fakultas yang efektif dan efisien didukung teknologi informasi dan komunikasi.

6. Memperluas jejaring yang mendukung kemandirian fakultas

Fakultas bisnis Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) memiliki 2 Program studi yaitu Manajemen dan Akuntansi. Prodi

manajemen memiliki konsentrasi yang ditawarkan adalah konsentrasi Pemasaran, konsentrasi Keuangan dan konsentrasi Msdm sedangkan Akuntansi memiliki Konsentrasi yang ditawarkan adalah konsentrasi pajak, konsentrasi keuangan dan konsentrasi audit. Dari banyaknya mahasiswa yang kuliah di Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) ada sekitar 300 lebih mahasiswa yang memilih Fakultas Bisnis tiap tahunnya. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Dari uraian diatas maka diajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PENGAJAR TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA KULIAH DI FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang diajukan adalah:

- a. Apakah pengaruh *corporate image* terhadap kepuasan kuliah Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta?
- b. Apakah pengaruh *user image* terhadap kepuasan kuliah di Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta?
- c. Apakah pengaruh *product image* terhadap kepuasan kuliah di Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta?

- d. Apakah pengaruh *kualitas pengajar terhadap kepuasan* kuliah di Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh variable *corporate image* terhadap kepuasan kuliah di Fakultas UKDW Yogyakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh variable *user image* terhadap kepuasan kuliah di Fakultas UKDW Yogyakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh variable *product image* terhadap kepuasan kuliah di Fakultas UKDW Yogyakarta.
- d. Untuk menganalisis pengaruh *kualitas pengajar terhadap kepuasan* kuliah di Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta ?

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi :

- a. Diri Sendiri

Memberikan pengalaman kepada penulis untuk menerapkan dan memperluas wawasan penerapan teori dan pengetahuan yang telah diterima di dalam perkuliahan pada kegiatan nyata.

- b. Fakultas Bisnis (UKDW)

Sebagai bahan masukan untuk melakukan penyempurnaan bagi peningkatan pengelolaan/pembinaan serta informasi yang berguna

terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya di Fakultas Bisnis yang sesuai dengan kebutuhan Mahasiswa.

c. Masyarakat

Sebagai dasar dalam menentukan perguruan tinggi yang ada di Yogyakarta.

1.5. Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum dan spesifik, maka penelitian dibatasi sebagai berikut :

- a. Lokasi penelitian dilakukan di UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA
- b. Responden penelitian adalah mahasiswa yang sedang berkuliah di UKDW yang memilih Fakultas Bisnis [mahasiswa aktif yang sudah menempuh 2 tahun kuliah (4 semester)]
- c. Jumlah responden sebanyak 100 responden.
- d. Waktu: Februari – Mei 2017

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komponen variabel citra merek dan kualitas pengajar terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Bisnis UKDW. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Fakultas Bisnis UKDW. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang masih berkuliah di Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta, dan didapat kesimpulan sebagai berikut:

a. Analisis Karakteristik Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin wanita dengan jumlah 55 responden (55%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 19-21 tahun yaitu sebanyak 52 orang (52%)
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan asal daerah lain-lain yaitu sebanyak 42 orang (42%)

b. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Citra fakultas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.

2. Citra pemakai tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,797 \geq 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian ditolak.
3. Citra produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,033 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.
4. Kualitas pengajar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.
5. Komponen variabel citra merek yang meliputi citra fakultas, citra pemakai, citra produk dan kualitas pengajar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Variabel independen yang digunakan hanya citra merek (citra universitas, citra pemakai, citra produk dan kualitas pengajar)

2. Teknik sampling memakai purposive sampling sehingga responden yang teliti belum dibagi secara merata.
3. Penelitian ini menyesuaikan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
4. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Yogyakarta (area kampus UKDW) saja dengan responden yang terbatas yaitu 100 orang mahasiswa Fakultas Bisnis UKDW yang masih aktif kuliah minimal 2 tahun (4 semester).

5.3. Saran

5.3.1. Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Fakultas Bisnis

Ditinjau dari hasil analisis uji regresi linear berganda (uji t, uji F, uji R^2) membuktikan bahwa citra merek (citra universitas, citra pemakai, citra produk dan kualitas pengajar) berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Kemudian dapat kita lihat juga dari hasil perhitungan determinasi (R^2) yang menyatakan bahwa variabel yang penulis teliti yaitu citra universitas, citra pemakai, citra produk dan kualitas pengajar memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Bisnis UKDW sebesar 63,7%. . Berarti sisanya yaitu sebesar 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dari hasil itulah maka saran yang dapat penulis berikan untuk

kedepannya bagi Fakultas Bisnis UKDW adalah perlu diadakan peningkatan terhadap variabel-variabel citra merek (citra fakultas, citra pemakai, citra produk dan kualitas pengajar) yang diteliti tersebut agar Fakultas Bisnis bisa tetap mempertahankan nama baik, reputasi, kualitas dan layanan serta kualitas pengajar yang dimiliki. Sehingga mahasiswa/i semakin puas berkuliah di Fakultas Bisnis UKDW.

5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepan, yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
2. Pada penelitian yang mendatang diharapkan peneliti melakukan studi terhadap Fakultas Bisnis UKDW melalui variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan berkuliah. Karena dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,637 yang berarti variabilitas variabel dependen (kepuasan kuliah di Fakultas Bisnis

UKDW) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (citra fakultas, citra pemakai, citra produk, dan kualitas pengajar) sebesar 63,7%. Sedangkan sisanya ($100\% - 63,7\% = 36,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. Wilayah dan skala penelitian pada penelitian selanjutnya dapat diperbesar dan diperluas, penelitian bisa juga melibatkan peran alumni bukan saja mahasiswa yang aktif berkuliah.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Aca. Sawitri. Sundoro. **2013**. *Hubungan Presepsi Kualitas Pengajar Dosen dengan Kepuasan Mahasiswa Priskologi 2012*. Malang : Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
- Azwar, S. **2003**. Metode Penelitian, Edisi Pertama, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dea . Karoenia . 2014. *Hubungan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Rokok Samporna A Mild* : Bandung : Universitas Widyatama
- Ghozali, Imam. **2001**. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Huda, N. **2012**. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Kotler, Philip. **2000**. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta: Selemba Empat
- Kotler, Philip. **2000**. Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Penerbit Prenhallido, Jakarta.
- Kotler, Philip. **2002**. Manajemen Pemasaran, Edisi 9. Terjemahan: Hendra Teguh et.al. Jakarta, PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. **2005**. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. **2003**. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks.

Lamb, Cahrles.W, Hair, Joseph.F, Mc Daniel, Carl, **2001**, Pemasaran, edisi 5, buku 1, penterjemah David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.

Rangukuti, F. **1997**. Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono, **2002** Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Susanto Perengki. **2012**. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Merek Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. Padang : Universitas Negeri Padang.

Sutisna dan Pawitra. **2001**. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya.

-----, <http://bisnis.ukdw.ac.id/profil-3#.WPQ3SmekLIU>