

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN
MAHASISWA KULIAH DI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA
WACANA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

ONGEN STEM BRI PATTIWAELLAPIA

11120069

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

2015

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN
MAHASISWA KULIAH DI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA
WACANA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

ONGEN STEM BRI PATTIWAELLAPIA

11120069

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

2015

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN
MAHASISWA KULIAH DI 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:

ONGEN STEMBRI PATTIWAELLAPIA

NIM : 11120069

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
KULIAH DI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ONGEN STEMBRI PATTIWAELLAPIA

11120069

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 10 Desember 2015

Nama Dosen

1. : Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si

(Ketua Tim)

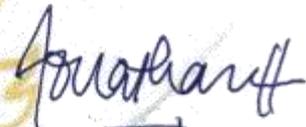
2. : Jonathan Herdioko, SE, MM

(Dosen Penguji)

3. : Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



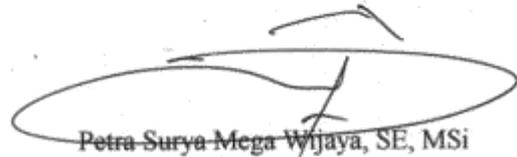
Yogyakarta, 14 Desember 2015

Disahkan oleh:



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Mahasiswa
Kuliah Di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Nama : Ongen Stembri Pattiwaellapia

NIM : 11120069

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Semester : Gasal

Tahun : 2015/2016

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

di Yogyakarta

Pada Tanggal: 23/11/15.

Dosen Pembimbing



(Jonathan Herdioko, SE, MM.)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA KULIAH DI 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, 23 / 11 / '15

A handwritten signature in black ink is written over a green 1000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'KETERANGAN KEPERUSAHAAN', '1000', and '1000 RUPIAH'. The serial number 'ADP331501313' is also visible on the stamp.

Ongen Stembri Pattiwaellapia

11120069

HALAMAN MOTTO

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 :



Tuhan Yesus Kristus



Papa dan Mama Tercinta



Keluarga Terkasih



Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM.



Gusgus & TWEST & WISPLAY



Teman-teman Fakultas Bisnis 2012



Almamaterku Tercinta

©UKD

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Mahasiswa Kuliah Di 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. Kedua Orang Tua tercinta saya yaitu Papa San dan Mama Ci yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat dan kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah saya dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

4. Bapak Petra Surya Mega Wijaya, SE., Msi, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM, selaku Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini hingga selesai tepat waktu.
6. Semua keluarga terkasih di kota Ambon yang tak pernah berhenti memberikan motivasi dan doa kepada saya.
7. Para sahabat tersayang yaitu Gusgus (Rolinda, Febri, Endah, Joseph, Desy, Anggie, Amel, Lauren, Devi, Intan, Diky, Lia, Pitri, Vivi, Nuel, dan Defan) 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.
8. Teman-teman terbaik : Priski, Paula, Icha, alm Tia, Michael, Ronny, Wiwin, Dita, Clinton, Nensya, Ester, Nadia, Anels, Winda, Fely, Tyan, Yoga, Adi, Ivan, Yosi dan bung Felix yang sudah menjadi orang terdekat saya juga selama masa kuliah. Selalu menjadi inspirasi bagi saya untuk lebih baik lagi kedepan.
9. Kak Heidy, Kak G, Eva, Sri, Chin, Vivi, Citra, Ivonne, Dinari, Ambon, dan Kak Richad yang telah banyak memberikan masukan, bantuan, dan semangat bagi saya dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
10. Teman-teman Guru Sekolah Minggu/Tunas Pekabaran Injil Sektor X, Jemaat Imanuel, Karang Panjang Ambon yang selalu mendoakan dan

mendukung saya selama kuliah hingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

11. Teman-teman KEKI (Keluarga Kita), TWEST, KKN Hore CIKALICIOUS dan band saya WISPLAY y
12. ng selalu mendoakan dan mendukung saya dalam penyelesaian Skripsi ini.
13. Teman-teman Manajemen 2012 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
14. Pak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengolah data skripsi.
15. 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, November 2015

Penulis,



Ongen Stembri Pattiwaellapia

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
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	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Penelitian	5
1.6. Definisi Variabel	6
BAB II. LANDASAN TEORI	7
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	7

2.2. Merek (<i>Brand</i>)	8
2.2.1. Pengertian Merek	8
2.2.2. Manfaat Merek	9
2.2.3. Tingkatan Merek	11
2.2.4. Karakteristik Merek	12
2.3. Citra (<i>Image</i>)	12
2.3.1. Pengertian Citra	13
2.3.2. Fungsi Citra	13
2.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	14
2.4.1. Pengertian Citra Merek	14
2.4.2. Komponen Citra Merek	14
2.4.3. Manfaat Citra Merek	15
2.5. Kepuasan Konsumen	15
2.5.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	15
2.6. Penelitian Terdahulu	17
2.7. Kerangka Penelitian	18
2.8. Hipotesis Penelitian	18
BAB III. METODE PENELITIAN	20
3.1. Data	20
3.1.1. Definisi Pengumpulan Data	21
3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	23
3.2.1. Definisi Operasional Variabel	23
3.2.2. Pengukuran Variabel	24
3.3. Metode Analisis Data	25

3.3.1. Uji Validitas	25
3.3.2. Uji Reliabilitas	26
3.3.3. Analisis Deskriptif	27
3.3.4. Koefisien Determinasi (R^2)	28
3.3.5. Analisis Regresi Linear Berganda	28
BAB IV. HASIL PENELITIAN	31
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	31
4.1.1. Objek Penelitian	31
4.1.2. Sejarah UKDW	31
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	35
4.2.1. Analisis Validitas	35
4.2.2. Analisis Reliabilitas	37
4.2.3. Analisis Deskriptif	38
4.2.4. Koefisien Determinasi	41
4.2.5. Analisis Regresi Linear Berganda	42
4.3. Pembahasan Hasil	49
BAB V. PENUTUP	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Keterbatasan Penelitian	54
5.3. Saran	54
5.3.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian untuk Universitas.....	54
5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	23
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran	40
Tabel 4.6. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2)	41
Tabel 4.7. Hasil Regresi Linear Berganda	42
Tabel 4.8. Hasil Uji F (F test)	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	18

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda

©UKDW

ABSTRAK

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

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat empat hipotesis yang didapat yaitu: pertama, diduga citra universitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kuliah di ukdw di Yogyakarta. Kedua, diduga citra pemakai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kuliah di ukdw di Yogyakarta. Ketiga, diduga citra produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kuliah di ukdw di Yogyakarta. Keempat, diduga komponen variabel citra merek yang meliputi citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kuliah di 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 kuliah di ukdw di Yogyakarta yaitu citra perusahaan, dan citra produk sedangkan satu komponen yang lain yaitu citra pemakai tidak berpengaruh signifikan. Dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan dan citra produk antara lain nama besar UKDW dan reputasi UKDW yang baik dan terkenal di kalangan masyarakat luas serta kurikulum yang diterapkan UKDW, kegiatan di luar perkuliahan/ ekstra kurikuler, fasilitas perkuliahan (ruang kelas, laboratorium, dan perpustakaan) yang memadai dan mendukung proses belajar mengajar, fasilitas penunjang (gedung, internet, cafe, dll) yang memadai serta layanan memuaskan (Karyawan dan Dosen) sangat berpengaruh terhadap kepuasan anak kuliah di UKDW

Kata kunci : citra merek, citra perusahaan, citra pemakai, citra produk, dan kepuasan kuliah di Universitas

ABSTRACT

This study examines the effect of the component variables on brand image which consists the variables of corporate image, the user image, and the product image towards the satisfaction of the Duta Wacana Christian University college students 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 Duta Wacana Christian University.

Based on these criteria, there are four hypothesis, as follow: First, the corporate image gives a significant effect image to the satisfaction; second, the user image gives a significant effect image to the satisfaction of college students; third, the product image variable gives a significant effect image to the satisfaction of college; fourth, supposedly the component variables of the brand image which includes the corporate image, the user image, and the product image give a significant effect simultaneously image to the satisfaction of college students at the Duta Wacana Christian University.

The hypothesis were tested by using the multiple linear regression tool. The result shows that there are 2 of 3 component variables give a significant effect image to the satisfaction of college students at the Duta Wacana Christian University. They are corporate image and the product image. While, user image is not significant. It can be concluded that corporate image and product image such as the familiar names of UKDW and good reputation of UKDW is also famous among the public. The curriculum applied in UKDW, extra kurikuler lecture, lecture facilities (classrooms, laboratory, and libraries) sufficient and support learning process, facilities (building , the internet , cafe , etc) adequate satisfactory (service employees and lecturers) are significant to the satisfaction of college students at the Duta Wacana Christian University.

keywords: *brand image, corporate image, user image, product image, and satisfaction of college students*

ABSTRAK

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

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat empat hipotesis yang didapat yaitu: pertama, diduga citra universitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kuliah di ukdw di Yogyakarta. Kedua, diduga citra pemakai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kuliah di ukdw di Yogyakarta. Ketiga, diduga citra produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kuliah di ukdw di Yogyakarta. Keempat, diduga komponen variabel citra merek yang meliputi citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kuliah di 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 kuliah di ukdw di Yogyakarta yaitu citra perusahaan, dan citra produk sedangkan satu komponen yang lain yaitu citra pemakai tidak berpengaruh signifikan. Dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan dan citra produk antara lain nama besar UKDW dan reputasi UKDW yang baik dan terkenal di kalangan masyarakat luas serta kurikulum yang diterapkan UKDW, kegiatan di luar perkuliahan/ ekstra kurikuler, fasilitas perkuliahan (ruang kelas, laboratorium, dan perpustakaan) yang memadai dan mendukung proses belajar mengajar, fasilitas penunjang (gedung, internet, cafe, dll) yang memadai serta layanan memuaskan (Karyawan dan Dosen) sangat berpengaruh terhadap kepuasan anak kuliah di UKDW

Kata kunci : citra merek, citra perusahaan, citra pemakai, citra produk, dan kepuasan kuliah di Universitas

ABSTRACT

This study examines the effect of the component variables on brand image which consists the variables of corporate image, the user image, and the product image towards the satisfaction of the Duta Wacana Christian University college students 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 Duta Wacana Christian University.

Based on these criteria, there are four hypothesis, as follow: First, the corporate image gives a significant effect image to the satisfaction; second, the user image gives a significant effect image to the satisfaction of college students; third, the product image variable gives a significant effect image to the satisfaction of college; fourth, supposedly the component variables of the brand image which includes the corporate image, the user image, and the product image give a significant effect simultaneously image to the satisfaction of college students at the Duta Wacana Christian University.

The hypothesis were tested by using the multiple linear regression tool. The result shows that there are 2 of 3 component variables give a significant effect image to the satisfaction of college students at the Duta Wacana Christian University. They are corporate image and the product image. While, user image is not significant. It can be concluded that corporate image and product image such as the familiar names of UKDW and good reputation of UKDW is also famous among the public. The curriculum applied in UKDW, extra kurikuler lecture, lecture facilities (classrooms, laboratory, and libraries) sufficient and support learning process, facilities (building , the internet , cafe , etc) adequate satisfactory (service employees and lecturers) are significant to the satisfaction of college students at the Duta Wacana Christian University.

keywords: *brand image, corporate image, user image, product image, and satisfaction of college students*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan hal yang terpenting dalam kehidupan kita, ini berarti bahwa setiap manusia Indonesia berhak mendapatkannya dan diharapkan untuk selalu berkembang didalamnya, 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 34 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 800 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.

Proses pengambilan keputusan pemilihan merupakan sesuatu yang kompleks karena dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Seperti halnya produk atau jasa lainnya, ketika calon mahasiswa akan memilih jasa pendidikan mereka juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa pendapat mengatakan bahwa faktor-faktor yang melandasi pertimbangan seorang calon mahasiswa dalam menentukan pilihan perguruan tinggi yang akan dimasukinya terkait dengan bauran pemasaran yang melekat pada suatu perguruan tinggi itu sendiri antara lain

:

- a) program/jurusan yang ditawarkan,
- b) citra/reputasi perguruan tinggi,
- c) fasilitas perguruan tinggi,
- d) citra lokasi atau tempat perguruan tinggi itu berada,
- e) dana/biaya yang dikeluarkan.

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

1.2. Rumusan Masalah

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

- a. Bagaimana pengaruh *corporate image* terhadap kepuasan kuliah di UKDW Yogyakarta?
- b. Bagaimana pengaruh *user image* terhadap kepuasan kuliah di UKDW Yogyakarta?
- c. Bagaimana pengaruh *product image* terhadap kepuasan kuliah di UKDW Yogyakarta?
- d. Bagaimana pengaruh variabel - variabel (*corporate image, user image, product image*) secara simultan terhadap kepuasan kuliah di 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 UKDW Yogyakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh variable *user image* terhadap kepuasan kuliah di UKDW Yogyakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh variable *product image* terhadap kepuasan kuliah di UKDW Yogyakarta.
- d. Untuk menganalisis pengaruh variable-variabel (*corporate image, user image, product image*) secara simultan terhadap kepuasan kuliah di 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. Perguruan Tinggi (UKDW)

Sebagai bahan masukan untuk melakukan penyempurnaan bagi peningkatan pengelolaan/pembinaan perguruan tinggi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

c. Masyarakat

Sebagai dasar dalam menentukan kebijakan dan strategi bagi Pemerintah Kota Yogyakarta dan pengusaha dalam bidang pendidikan dalam mengembangkan 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 [mahasiswa aktif yang sudah menempuh 2 tahun kuliah (4 semester)]
- c. Jumlah responden sebanyak 100 responden.
- d. Waktu : September – Desember 2015

1.6 Definisi Variabel

1. Citra Universitas : Nama besar Universitas, layanan Universitas, reputasi Universitas
2. Citra Pemakai: Terampil berwirausaha, pengetahuan luas, kepribadian baik, terampil berorganisasi
3. Citra Produk : Kurikulum, kegiatan ekstrakurikuler, fasilitas perkuliahan, fasilitas penunjang, layanan

©UKDW

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

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

- a. Analisis Karakteristik Responden
 1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin pria dengan jumlah 61 responden (61%).
 2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 21-23 tahun yaitu sebanyak 62 orang (62%)
 3. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pengeluaran per bulan sebesar Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000 sebanyak 50 orang (50%).

- b. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :
 1. Citra universitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anak kuliah di UKDW Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,007 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.

2. Citra pemakai tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anak kuliah di UKDW Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,577 \geq 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian ditolak.
3. Citra produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anak kuliah di UKDW Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.
4. Komponen variabel citra merek yang meliputi citra universitas, citra pemakai, dan citra produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk berkuliah di 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, dan citra produk)
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 UKDW yang masih aktif kuliah minimal 2 tahun (4 semester).

5.3. Saran

5.3.1. Saran berdasarkan hasil penelitian untuk universitas

Ditinjau dari hasil analisis uji regresi linear berganda (uji t, uji F, uji R^2) membuktikan bahwa citra merek (citra universitas, citra pemakai, dan citra produk) berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan kuliah di 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, dan citra produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan anak kuliah di UKDW sebesar 35,2%. Berarti sisanya yaitu sebesar 64,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dari hasil itulah maka saran yang dapat penulis berikan untuk kedepannya bagi UKDW adalah perlu diadakan peningkatan terhadap variabel-variabel citra merek (citra universitas, citra pemakai, dan citra produk) yang diteliti tersebut agar UKDW bisa tetap mempertahankan nama baik, reputasi, kualitas dan layanan yang dimiliki. Sehingga mahasiswa/i semakin puas berkuliah di 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 UKDW melalui variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan berkuliah. Karena dari hasil

penelitian yang penulis lakukan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,352 yang berarti variabilitas variabel dependen (kepuasan kuliah di UKDW) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (citra universitas, citra pemakai, dan citra produk) sebesar 35,2%. Sedangkan sisanya ($100\% - 35,2\% = 64,8\%$) 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.
4. Teknik sampling disarankan untuk memakai kuota sampling agar pembagian jumlah responden dari setiap fakultas dapat merata.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Aryandini. Adhita. **2012**. *Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Masa Depan di Pt. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Arif. Abdurrahman. **2009**. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah dalam Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha Tipe Mio pada Masyarakat Kota Malang*. Malang : Universitas Negeri Malang.
- Azwar, S. **2003**. *Metode Penelitian*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- 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: Salemba 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.
- Rusli Wendri. **2011**. *Pengaruh Merek Dan Citra Diri Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Telepon Seluler di Kotamadya Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Cokroaminoto Yogyakarta.
- 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://www.ukdw.ac.id/id/page/view/6-sejarah>

©UKDW