

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang terkait dengan penelitian ini antara lain penelitian di lakukan oleh Putri,(2011) , yang berjudul “Analisis Pengaruh *Brand Image*, Biaya Pendidikan, Dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang” yang di lakukan oleh mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah berpengaruh Citra merek, Biaya Pendidikan, Dan Fasilitas Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Diploma III di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya dapat diambil kesimpulan semakin terjangkau biaya pendidikan yang ditawarkan, maka akan semakin mempengaruhi konsumen untuk memilih melanjutkan studi di Program Diploma III FE Undip, variabel fasilitas pendidikan (X_3) merupakan variabel terbesar kedua yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam melanjutkan studi setelah variabel *brand image*. Dengan nilai koefisien regresi sebesar **0,168** (bertanda positif), Semakin lengkap dan memadainya fasilitas yang disediakan oleh Program Diploma III FE Undip, maka akan semakin mempengaruhi konsumen untuk memilih melanjutkan studi pada Program Diploma III FE Undip dan variabel *brand image* (X_1) merupakan variabel yang paling besar mempengaruhi

keputusan mahasiswa dalam memutuskan melanjutkan studi. Dengan nilai koefisien regresi sebesar **0,739** (bertanda positif). Semakin bagus dan positif *brand image* dari Program Diploma III FE Undip, maka akan semakin mempengaruhi konsumen untuk memilih melanjutkan studi pada Program Diploma III FE Undip dan *Brand image*, biaya pendidikan, fasilitas pendidikan memiliki pengaruh terhadap keputusan melanjutkan studi sebesar 86%.

Tabel 2.1
Skema Kerangka Penelitian Terdahulu

| N o | Tinjauan | Penelitian Terdahulu | | | Penelitian 2018 |
|--------|--------------------|---|--|--|--|
| | | Karina Pradityas Putri (2011) | Muhammad Taufik (2017) | Mulyanto Feri (2013) | |
| 1 | Tujuan | Menganalisis Pengaruh <i>Brand Image</i> , Biaya Pendidikan, Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. | Tujuan Dari Peneliti Ini Adalah Untuk Mengetahui Apakah Berpengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT Bhummi Kartika Griya Persada Surabaya | Menganalisis Pengaruh Peluang Kerja Terhadap Memilih Jurusan Di SMK LIKIA Pontianak | Membuktikan Citra Merek, Biaya Pendidikan, Fasilitas Pendidikan, Lokasi Dan Peluang Kerja Terhadap Keputusan Memilih |
| 2 | Variabel | <i>Brand Image</i> Biaya Pendidikan Fasilitas Pendidikan Keputusan Mahasiswa | Harga Kualitas Produk Lokasi Fasilitas Keputusan Pembelian | Peluang Kerja Keputusan Memilih | . Citra Merek . Biaya Pendidikan . Fasilitas Pendidikan Lokasi . Peluang Kerja Keputusan Memilih |
| 3 | Metode Analisis | a. Metode Analisis Regresi Linier Berganda b. Variabel Dependen Keputusan Memilih | a. Metode Analisis Regresi Linier Berganda b. Variabel Dependen Keputusan Pembelian | a. Metode Analisis Regresi Linier Berganda b. Variabel Dependen Keputusan Memilih | a. Metode Analisis Regresi Linier Berganda b. Variabel Dependen Keputusan Memilih |

| | | | | | |
|---|-------|--|---|---|---|
| 4 | Objek | Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang | Pembelian Rumah Pada PT Bhummi Kartika Griya Persada | Siswa SMK LKI Pontianak | Program Studi Agroteknologi Universitas Muhammadiyah Gresik |
| 5 | Hasil | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand Image</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Melanjutkan Studi • Biaya Pendidikan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Melanjutkan Studi • Fasilitas Pendidikan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Melanjutkan Studi | <ul style="list-style-type: none"> • Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian • Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian • Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian • Fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian | <ul style="list-style-type: none"> • Peluang Kerja Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Memilih | Proses Pengkajian Dalam Penelitian. |

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Citra Merek

Menurut Kotler (2008:258) Citra merek adalah sebagai nama, istilah, tanda, lambang ,desain atau kombinasi, untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mengidentifikasi mereka dari para pesaing. Karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh Citra merek tersebut.

Jadi dapat dijabarkan bahwa faktor yang mempengaruhi Citra merek sangat variatif menurut produk dan jasa itu sendiri yang dinilai oleh konsumen. Faktor-faktor ini punya daya tarik tersendiri antara satu dengan lainnya juga tergantung

penilaian kesan dan citra dari konsumen itu sendiri. Dengan demikian bila Citra merek di masyarakat sudah baik maka masyarakat tidak ragu lagi untuk menggunakan merek tersebut.

2.2.2 Biaya Pendidikan

Definisi biaya menurut Carter dan Usry (2009:30) nilai tukar yang harus di keluarkan dan di korbankan menjamin Perolehan manfaat. Sedangkan biaya pendidikan menurut Dedi Supriadi (2010:3), merupakan salah satu komponen instrumental (*instrumental input*) yang sangat penting dalam penyelenggaraan pendidikan. Dapat dikatakan bahwa proses pendidikan tidak akan dapat berjalan tanpa dukungan biaya.

Salah satu faktor yang pengaruh terhadap kualitas dan kesesuaian pendidikan adalah anggaran pendidikan yang memadai. Persoalan anggaran pendidikan ini akan menyangkut besarnya anggaran dan alokasi anggaran (Hasbullah 2010:45). Dengan adanya anggaran pendidikan sebuah lembaga pendidikan dapat menyusun alokasi dana yang dibutuhkan untuk menopang seluruh kegiatan sehingga sesuai dengan target yang diharapkan. Dari pengertian biaya pendidikan dapat menjadi salah satu faktor mahasiswa ataupun orang tua untuk memilih instansi pendidikan yang tepat dan berkualitas untuk mahasiswa.

2.2.3 Fasilitas Pendidikan

Menurut Hamalik (2011:191) fasilitas adalah komponen – komponen yang penting dan harus terpenuhi dalam proses berjalannya pendidikan. Menurut Syaodih (2009:49) Fasilitas yang di perlukan dalam proses pembelajaran yang bergerak maupun tidak bergerak supaya tercapainya pembelajaran yang lancar,

teratur, efektif dan efisien. Bentuk bergerak adalah seperti mobil, motor serta mesin dan yang bentuk tidak bergerak adalah meliputi gedung sekolah, ruang belajar, lapangan olahraga, ruang ibadah, ruang kesenian dan peralatan olah raga. Sarana pembelajaran meliputi buku pelajaran, buku bacaan, alat, fasilitas laboratorium serta fasilitas penunjang lainnya. Macam-macam Fasilitas Belajar merupakan sarana dan prasarana yang dapat menunjang kelancaran proses belajar baik di rumah maupun di sekolah. Dengan adanya fasilitas belajar yang memadai maka kelancaran dalam belajar akan dapat terwujud. Kaitannya dengan fasilitas belajar.

Berdasarkan pengertian di atas dapat diketahui bahwa kelengkapan fasilitas di universitas, jika universitas memiliki kemampuan keuangan yang baik, maka kelengkapan fasilitas penunjang kegiatan belajar mahasiswa dapat terpenuhi dengan baik. Semakin lengkap fasilitas belajar, akan semakin mempermudah dalam melakukan kegiatan belajar.

2.2.4 Lokasi

Pengertian Lokasi/Tempat - Menurut Swastha (2012:24) "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 ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

Dari pengertian di atas maka pentingnya memilih lokasi yang strategis dan mudah di jangkau konsumen serta berada di pusat kota, karena dengan lokasi

strategis konsumen akan lebih mudah untuk menjangkau ke perguruan tinggi tersebut.

2.2.5 Peluang Kerja

Banyak faktor yang di pertimbangkan saat akan memilih jurusan yang sesuai untuk melanjutkan studi lanjutnya. Terdapat 2 faktor utama dalam pengambilan jurusan, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam siswa meliputi nilai, bakat dan cita-cita siswa sedangkan faktor eksternal yaitu faktor-faktor yang berasal dari pengaruh luar yang meliputi peraturan penjurusan, dorongan orang tua, lingkungan, teman sebaya, dan peluang kerja masa depan Cornelia Oda (2011: 65-66). Serta menurut Al-Mighwar (2011:104) menyatakan “minat remaja pada pekerjaan sangat mempengaruhi besarnya minat mereka terhadap pendidikan. Pada umumnya, remaja lebih menaruh minat pada pelajaran yang nantinya akan bermanfaat dalam bidang pekerjaan yang dipilihnya.” Menurut pengertian di atas bisa di simpulkan bahwa memilih jurusan bertujuhan untuk proses mendekati bidang pekerjaan yang telah diinginkan siswa saat akan melanjutkan studinya.

2.2.6 Keputusan Konsumen

Menurut Kotler (2008:184), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan

masalah, (2) pencarian informasi. (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pasca pembelian. Sebelum pelanggan puas dengan produk yang akan dipilih pelanggan tersebut akan terlebih dahulu mengambil keputusan. Oleh karena itu pelanggan terlebih dahulu mengetahui apa saja faktor-faktor pengambilan keputusan agar keputusan yang diambil benar. Keputusan adalah hasil dari penelitian konsumen akan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif yang ada. Sampai saat ini sebelum konsumen memilih suatu barang konsumen akan mempertimbangkan faktor-faktor untuk memilih barang/layanan yang lebih baik.

Menurut Kotler (2008:166) perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, di antaranya sebagai berikut:

1. Faktor budaya

Budaya, budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar.

2. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial di antaranya sebagai berikut:

3. Pribadi

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi di antaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep dari pembeli.

2.2.7 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Memilih

Citra merek universitas atau perguruan tinggi memiliki efek yang besar bagi calon siswa yang akan memilih perguruan tinggi. Menurut Ratnaayu (2017:5) Bahwa faktor yang paling berpengaruh siswa akan mengevaluasi dalam memilih pilihan dari lembaga adalah reputasinya. Sehingga apabila Citra perguruan tinggi tersebut sudah baik dan positif di masyarakat, otomatis mendorong konsumen pemilih perguruan tinggi tersebut.

2.2.8 Hubungan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih

Menurut Efendi (2016:26) apabila biaya yang sudah di tetapkan oleh lembaga atau instansi pendidikan sesuai dengan kemampuan orang tua atau calon mahasiswa, maka disarankan untuk mempertahankan biaya tersebut. Apabila lembaga atau instansi pendidikan menaikan biaya tidak sesuai dengan kemampuan orang tua atau calon mahasiswa maka dikuatirkan orang tua atau calon mahasiswa tersebut akan memutuskan memilih lembaga atau instansi pendidikan yang lain. Dapat disimpulkan bahwa biaya pendidikan berpengaruh terhadap keputusan siswa melanjutkan studi di perguruan tinggi setelah lulus dari sekolahnya.

2.2.9 Hubungan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih

Fasilitas sendiri merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2014:317). Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan jasa sangat mempengaruhi keputusan konsumen, karena erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Fasilitas yang ditawarkan di butuhkan oleh universitas supaya mahasiswa yang melakukan

kegiatan belajarnya akan terbantu dan nyaman saat memilih program studi tersebut.

2.2.10 Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih

Menurut Kotler (2008:51) salah satu kunci kesuksesan suatu usaha adalah lokasi. Dimulai dengan memilih komunitas yaitu dimana ada pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik dan sebagainya. Lokasi yang strategis akan menguntungkan usaha yang akan di jalani, dalam hal ini instansi pendidikan Universitas Muhammadiyah Gresik terletak di pusat kota yang di kelilingi oleh perusahaan dan industri serta akses menuju Universitas Muhammadiyah Gresik relatif mudah.

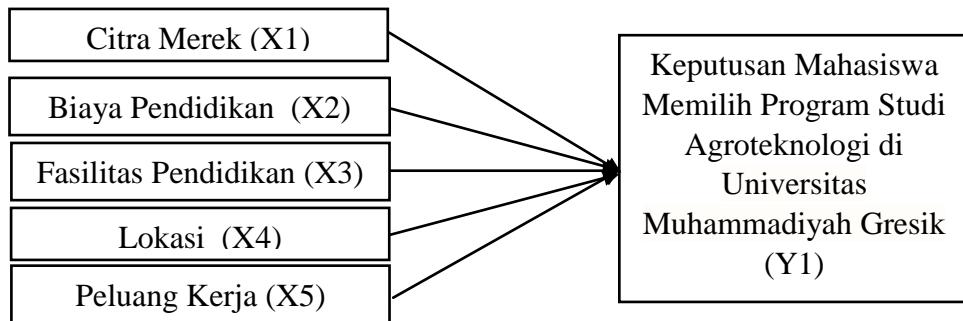
2.2.11 Hubungan Peluang Kerja Terhadap Keputusan Memilih

Terdapat 2 faktor utama dalam pengambilan jurusan, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu meliputi nilai, bakat dan cita-cita siswa sedangkan faktor eksternal yaitu peraturan penjurusan, dorongan orang tua, lingkungan, teman sebaya, dan peluang kerja masa depannya Cornelia Oda, (2011: 65-66). Dari teori tersebut di simpulkan bahwa saat siswa melanjutkan program studinya faktor yang mendukung siswa untuk memilih jurusan salah satunya adalah dari peluang kerja di masa depan.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Citra merek (X1), biaya pendidikan (X2), fasilitas pendidikan (X3), lokasi (X4) dan peluang kerja (X5) terhadap variabel

dependen yaitu Keputusan memilih (Y1). Adapun kerangka konseptual yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian dengan dibuktikan kebenaran melalui data yang terkumpul dari lapangan.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih program studi Agroteknologi Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih program studi Agroteknologi Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Fasilitas pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih program studi Agroteknologi Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih program studi Agroteknologi Universitas Muhammadiyah Gresik

5. Peluang kerja berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih program studi Agroteknologi Universitas Muhammadiyah Gresik