

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN ORANGTUA
MEMILIH JASA PENDIDIKAN DI SEKOLAH DASAR AMKUR
BENGKAYANG**

SKRIPSI

OLEH :

ENJINA

NIM.141310457



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

2019

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN ORANGTUA
MEMILIH LEMBAGA PENDIDIKAN DI SEKOLAH DASAR AMKUR
BENGKAYANG**

Penanggung Jawab Yuridis :

ENJINA

NIM. 141310457

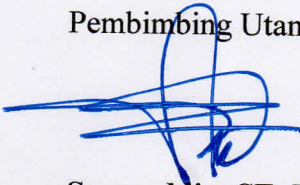
Program Studi : Manajemen

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi / Komprehensif

Pada Tanggal : 15 Februari 2019

Majelis Penguji :

Pembimbing Utama



Samsuddin, SE, M.Si.

NIDN.1113117701

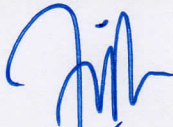
Penguji Utama



Devi Yasmin, SE, MM.

NIDN.0030066701

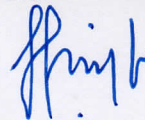
Pembimbing Pembantu



Fita Kurniasari, S.M.B., M.A.B.

NIDN.1104079002

Penguji Pembantu



Heni Safitri, SE, MM.

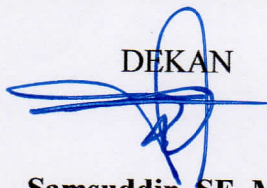
NIDN.1103028901

Pontianak, 15 Februari 2019

Disahkan Oleh :

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

DEKAN



Samsuddin, SE, M.Si.

NIDN.1113117701

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Enjina
Nomor Induk Mahasiswa : 141310457
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Orangtua
Memilih Jasa Pendidikan Di Sekolah Dasar Amkur
Bengkayang
Alamat : Jl. Imam Bonjol
: Gg. Bansir 1
No. Telepon : 08953588867

Dengan ini menyatakan bahwa saya **bersedia** memberikan wewenang kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak untuk mempublikasikan skripsi saya. Di samping itu saya **bersedia** pembimbing saya tercantum sebagai penulis dalam publikasi tersebut.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar serta sehat jasmani dan rohani, tidak didasarkan atas paksaan dari pihak manapun.

Pontianak, 29 Agustus 2019

Mengetahui

yang membuat pernyataan

Dekan,



Samsuddin, SE, M.Si
NIDN. 1113117701



Enjina
NIM. 141310457



No : **026 /Submission/JPRO/VII/2019**
Lampiran : -
Perihal : Surat Penerimaan Naskah Publikasi Jurnal

Kepada:

Enjina

Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Pontianak
Kalimantan Barat - Indonesia

Terima kasih telah mengirimkan artikel ilmiah untuk diterbitkan pada Jurnal
Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak
ISSN: 2355-1038 (Print) ISSN: 2621-5098 (Online) dengan Judul:

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN ORANGTUA MEMILIH
JASA PENDIDIKAN DI SEKOLAH DASAR AMKUR BENGKAYANG**

Kami akan mengirimkan hardcopy edisi tersebut pada akhir bulan penerbitan.
Artikel tersebut akan lebih dahulu tersedia secara online di
<http://openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp>

Demikian informasi ini disampaikan, dan atas perhatiannya, diucapkan terima
kasih

Editor In Chief

JURNAL PRODUKTIVITAS
Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak

FENNI SUPRIADI, S.E., M.M.
NIDN 1128108501

ISSN: 2355-1038 (Print)



9 772355 103002

ISSN: 2621-5098 (Online)



9 772621 509002

Alamat Redaksi

Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Kampus Universitas Muhammadiyah Pontianak
Jl. Ahmad Yani No. 111 Pontianak 78124
Telp/Fax. 0561-764571

<https://doi.org/10.29406/jpr>

ABSTRACT

The aim of the study to determine the effect of brand image (brand image) against the decision of parents choose the education services in elementary schools Amkur Bengkayang. This type of research is descriptive method. The population in this study throughout the parents, the entire sample of parents whose children are in grade one and grade two school year, 2017, with a sample of Proportional sampling technique.

Results of simple linear regression equation $Y = 2,406 + 0,600X$, if the brand image is 0 (zero), then the decision of parents choose the education services, in an elementary school Amkur Bengkayang worth 2,406. Correlation coefficient of 0.713 means that the brand image variables and decision variables parents have a strong and positive relationship. The coefficient of determination R^2 value of 0.509, that 50.90% of brand image is influenced by parents' decisions, while the remaining 49,10% is influenced by other variables. 101.474 F value test results with a significant level of 0,000 is greater than the value of the acquisition of the F table by 3.94 significant level of 0.05, it was concluded that the regression model is used to predict the parents' decisions are influenced by brand image pick-education services at the elementary school Amkur Bengkayang

Keywords: Brand Image, Decisions Parents, Elementary School Amkur Bengkayang

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orangtua murid di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang. Sampel yang dipilih sebanyak 100 orang responden dari seluruh orangtua murid yang anaknya berada di kelas satu dan kelas dua Tahun ajaran 2017, dengan teknik sampel *Proporsional sampling*

Hasil dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 2,406 + 0,600X$, jika citra merek bernilai 0 (nol), maka keputusan orangtua memilih jasa pendidikan, di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang bernilai 2,406. Nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,713 artinya bahwa variabel citra merek dan variabel keputusan orangtua memilih jasa pendidikan Sekolah Dasar Amkur Bengkayang memiliki hubungan yang positif dan kuat. Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R^2 sebesar 0,509, yang berarti bahwa 50,90% citra merek dipengaruhi oleh keputusan orangtua, sedangkan sisanya 49,10% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model diperoleh nilai F hitung sebesar 101,474, lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 3,94 dan. Nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil daripada nilai signifikan sebesar 0,05, maka disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang yang dipengaruhi oleh citra merek.

Kata Kunci : Citra Merek, Keputusan Orangtua, Sekolah Dasar Amkur Bengkayang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, Karena berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Orangtua Memilih Jasa Pendidikan Di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang”**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih atas bimbingan, saran dan nasehat yang telah diberikan selama melaksanakan penelitian hingga penyusunan tugas akhir kepada:

1. Bapak Dr. H. Helman Fachri, SE, MM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Samsuddin, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak, sekaligus pembimbing utama yang telah memberikan arahan dan bimbingan, hingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Fita Kurniasari, S.M.B., M.A.B selaku Pembimbing Kedua yang telah bersedia memberikan petunjuk dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Marcia, M. Pd. Selaku Kepala Sekolah SD Amkur Bengkayang yang telah memperkenankan peneliti untuk melakukan penelitian di SD yang dipimpinnya.
5. Ibu Devi Yasmin, SE, MM, Selaku Dosen Penguji Utama yang memberikan saran dalam penulisan skripsi ini.

6. Ibu Heni Safitri, SE,MM selaku Dosen Penguji Kedua yang memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak, khususnya Program Studi Manajemen (S1) yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Kedua orang tua dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan yang lebih tinggi.
9. Teman-teman terbaik saya dan teman seangkatan yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari masih jauh dari kata sempurna, dengan kerendahan hati, kritik dan saran yang membangun dan memotivasi sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi peneliti.

Pontianak, Februari 2019
Penulis

Enjina
Nim.141310457

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orangtua murid di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang. Sampel yang dipilih sebanyak 100 orang responden dari seluruh orangtua murid yang anaknya berada di kelas satu dan kelas dua Tahun ajaran 2017, dengan teknik sampel *Proporsional sampling*

Hasil dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 2,406 + 0,600X$, jika citra merek bernilai 0 (nol), maka keputusan orangtua memilih jasa pendidikan, di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang bernilai 2,406. Nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,713 artinya bahwa variabel citra merek dan variabel keputusan orangtua memilih jasa pendidikan Sekolah Dasar Amkur Bengkayang memiliki hubungan yang positif dan kuat. Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R^2 sebesar 0,509, yang berarti bahwa 50,90% citra merek dipengaruhi oleh keputusan orangtua, sedangkan sisanya 49,10% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model diperoleh nilai F hitung sebesar 101,474, lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 3,94 dan. Nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil daripada nilai signifikan sebesar 0,05, maka disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang yang dipengaruhi oleh citra merek.

Kata Kunci : Citra Merek, Keputusan Orangtua, Sekolah Dasar Amkur
Bengkayang

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan.....	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Kerangka Pemikiran.....	7
G. Metode Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
A. Pemasaran.....	20
B. Merek	21
C. Manfaat-Manfaat Merek	22
D. Keputusan Pembelian.....	24
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	28
A. Sejarah Berdirinya SD Amkur Bengkayang	28
B. Visi Misi dan Tujuan Sekolah.....	29
C. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	30
D. Aspek Sumber Daya Manusia.....	39
E. Aspek Pemasaran.....	41
F. Aspek Keuangan.....	44
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
A. Karakteristik Responden	45
B. Uji Instrumen.....	48
BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah SD di Kabupaten Bengkayang 2017.....	2
Tabel 1.2 Lembaga Pendidikan di Kabupaten Bengkayang 2017	3
Tabel 1.3 Jumlah Siswa 2015 - 2017	4
Tabel 1.4 Jumlah Mutasi Masuk Dan Keluar 2015 - 2017	4
Tabel 1.5 Skor Pernyataan Responden	14
Tabel 1.6 Interpretasi Korelasi 2015 - 2017.....	18
Tabel 3.1 Data Guru 2015 - 2017.....	41
Tabel 3.2 Biaya-Biaya 2015 - 2017.	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2 Umur Responden.....	45
Tabel 4.3 Status Perkawinan Responden	46
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	47
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	47
Tabel 4.6 Penghasilan Responden Per bulan	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel (X).....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel (Y).....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen (X) Dan (Y).....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	52
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Korelasi (R).....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Kelayakan Model (F).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	9
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Sekolah Dasar Amkur Bengkayang	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	59
Lampiran 2 Identitas Responden.....	62
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X)	65
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan (Y)	68
Lampiran 5 Uji Validitas Variabel X.....	71
Lampiran 6 Uji Validitas Variabel Y	75
Lampiran 7 Uji Reliabilitas Variabel X	78
Lampiran 8 Uji Reliabilitas Variabel Y	83
Lampiran 9 Persamaan Regresi Linier Sederhana	84

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan hal yang sangat penting dan tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Pendidikan berfungsi membentuk kepribadian dan memahami ilmu pengetahuan pendidikan sangat berperan membentuk baik buruknya pribadi manusia. Menyadari hal tersebut pemerintah sangat serius, dalam bidang pendidikan karena dengan sistem pendidikan yang baik diharapkan muncul generasi penerus bangsa yang berkualitas.

Seperti yang tertuang dalam undang-undang sistem pendidikan. Nasional 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”. Proses belajar mengajar biasa dilakukan dalam sebuah sekolah, di mana guru dan siswa saling berinteraksi dalam membahas suatu materi. Siswa atau sering disebut dengan peserta didik, adalah seseorang yang terdaftar, dalam suatu jalur, jenjang, dan jenis lembaga pendidikan tertentu, yang selalu ingin mengembangkan potensi dirinya baik pada aspek akademik maupun non akademik melalui proses pembelajaran yang diselenggarakan. Peserta didik adalah komponen utama sebuah proses dalam pembelajaran, karena peserta

didik merupakan subyek sekaligus obyek, tanpa adanya peserta didik maka suatu proses belajar mengajar di sekolah tidak akan berhasil.

Dengan daya tampung 39-45 dalam satu kelas dan dengan jumlah 80-90 peserta didik per tahun dengan demikian keberhasilan dalam penyelenggaraan pendidikan akan sangat bergantung dengan perkembangan potensi fisik, kecerdasan intelektual, sosial, emosional, dan kejiwaan peserta didik. Sekolah Dasar Amkur Bengkayang merupakan salah satu sekolah yang sudah cukup lama kiprahnya di sektor pendidikan. Adapun jumlah sekolah Dasar Amkur Bengkayang tiap Kecamatan dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut

Tabel 1.1
Dinas Pendidikan Kabupaten Bengkayang
Jumlah SD Di Kabupaten Bengkayang
Tahun 2017

No	Kecamatan	Jumlah SD
1	Kec. Lembah Bawang	11
2	Kec. Lumar	13
3	Kec. Tujuh Belas	14
4	Kec. Capkala	15
5	Kec. Siding	17
6	Kec. Suti Semarang	17
7	Kec. Sungai Betung	18
8	Kec. Bengkayang	20
9	Kec. Jagoi Babang	23
10	Kec. Ledo	28
11	Kec. Sanggau Ledo	28
12	Kec. Teriak	30
13	Kec. Sungai Raya	30
14	Kec. Sungai Raya Kepulauan	30
15	Kec. Seluas	31
16	Kec. Menterado	32
17	Kec. Samalantan	38
18	Jumlah	395

Sumber: Dinas Pendidikan Kabupaten Bengkayang Tahun, 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 menjelaskan bahwa Sekolah Dasar yang memiliki jumlah paling sedikit yaitu berada di Kecamatan Lembah bawang berjumlah 11 Sekolah Dasar, sedangkan untuk Sekolah Dasar terbanyak berada di Kecamatan Samalantan yang berjumlah 38 Sekolah Dasar.

Berikut ini jumlah data lembaga pendidikan Sekolah Dasar di Kecamatan Bengkayang pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Dinas Pendidikan Kabupaten Bengkayang
Nama SD Di Kecamatan Bengkayang
2017

No	Nama SD	Alamat	Kelurahan	Status
1	SD 01 Bengkayang	Jl.Bambang IsmoyoNo. 69	Bumi Emas	NEGERI
2	SD 02 Bengkayang	Jl.RSU No.26	Sebalo	NEGERI
3	SD 03 Bengkayang	Jl.Masjid Jami No.25	Bumi Emas	NEGERI
4	SD 04 Bengkayang	Jl.BRC.No.141	Bumi Emas	NEGERI
5	SD 05 Lamat Payang	Dusun Lamat Payang	Tirta Kencana	NEGERI
6	SD 06 Belangko	Dusun Belangko	Bhakti Mulya	NRGERI
7	SD 07 Sebalo	Jl. Raya Nangun	Setia Budi	NEGERI
8	SD 08 Timonong	Baniamas	Baniamas	NEGERI
9	SD 09 Rangkang	Jl.Sanggau ledo	Sebalo	NEGERI
10	SD 10 Tiga Desa	Tiga Desa	Tirta Kencana	NEGERI
11	SD 11 Semangak	Semangak	Setia Budi	NEGERI
12	SD 12 Selabih	Selabih	Setia Budi	NEGERI
13	SD 13 Trans Rangkang	Jl.Guna Baru	Sebalo	NEGERI
14	SD 14 Bengkayang	Jl.Basuki Rahmat	Bumi Emas	NEGERI
15	SD 15 Tampe	Sebalo	Sebalo	NEGERI
16	SD 16 Pakeng	Dusun Pakeng	Dusun Pakeng	NEGERI
17	SD18 Lara Gunung	DesaLara Gunung	Lara Gunung	NEGERI
18	SD 19 Melabo	Melabo	Setia Budi	NEGERI
19	SD AmkurBengkayang	Jl.Gereja No. 25	Bumi Emas	SWASTA
20	SD Bhinneka Tunggal Ika	Jl.BumiEmasNo.77	Bumi Emas	SWASTA

Sumber: Dinas Pendidikan Kabupaten Bengkayang Tahun, 2018

Berdasarkan Tabel 1.2 menjelaskan bahwa di Kecamatan Bengkayang terdapat 20 Sekolah Dasar. 18 Sekolah Dasar yang berstatus negeri sedangkan

Sekolah Dasar yang berstatus swasta berjumlah 2. Dalam penelitian ini berfokus pada Sekolah Dasar Amkur Bengkayang yang merupakan satu-satunya Sekolah Dasar Yayasan Khatolik di Kecamatan Bengkayang, yang beralamat di Jl.Gereja No. 25.

Adapun jumlah seluruh peserta didik 4 tahun terakhir di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang dapat dilihat pada Tabel 1.3 sebagai berikut:

Tabel 1.3
SD Amkur Bengkayang
Jumlah Peserta Didik
Tahun Ajaran 2015-2018

Tahun Ajaran	Kelas						Jumlah	Presentase (%)
	1	2	3	4	5	6		
2014/2015	80	82	82	81	80	80	485	-
2015/2016	82	80	80	80	80	80	482	(0,6)
2016/2017	84	82	80	80	80	80	486	0,8
2017/2018	84	81	82	83	80	80	491	1,0

Sumber: SD Amkur Bengkayang, 2018

Berdasarkan Tabel 1.3 menjelaskan bahwa setiap tahun peserta didik di SD Amkur Bengkayang mengalami penurunan dengan persentase 0,6% di Tahun 2016 sedangkan di Tahun 2017 meningkat sebesar 0,8%. Di Tahun 2018 dengan persentase 1,0% meningkat lebih besar dari tahun sebelumnya.

Berikut akan disajikan jumlah mutasi masuk, dan mutasi keluar peserta didik pada Tabel 1.4 sebagai berikut:

Tabel 1.4
SD Amkur Bengkayang
Jumlah Mutasi Masuk Dan Keluar
Tahun Ajaran 2015-2017

Tahun Ajaran	Mutasi masuk	Mutasi keluar
2014/2015	4	3
2015/2016	2	5
2016/2017	7	3

Sumber: SD Amkur Bengkayang, 2018.

Berdasarkan Tabel 1.4 menjelaskan bahwa pada Tahun 2015/2016 mutasi masuk turun sebesar 50% sedangkan pada Tahun 2016/2017 naik sebesar 250% dan mutasi keluar murid pada Tahun 2015/2016 naik sebesar 66,67% sedangkan pada Tahun 2016/2017 turun sebesar 40%. Alasan terjadinya mutasi masuk dan mutasi keluar dikarenakan mengikuti orangtua pindah pekerjaan, dan pindah tempat tinggal.

Menurut Ambadar dkk, (2007:02): “Merek adalah nama, istilah, logo, tanda atau lambang dan kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang-barang atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual untuk membedakannya dari produk pesaing”.

Banyaknya Sekolah Dasar yang baru, dalam pemenuhan kebutuhan pendidikan yang ada di Kecamatan Bengkayang, tentu menimbulkan sebuah persaingan yang kuat antara sekolah-sekolah lain dengan adanya persaingan yang semakin ketat dalam jasa pendidikan, memaksa setiap lembaga pendidikan harus selalu berupaya meningkatkan kualitas, dan manajemen pendidikan dengan tujuan mempertahankan kepercayaan konsumen, untuk tetap memilih jasa pendidikan yang sesuai dengan apa yang diinginkan.

Banyak resiko kegagalan dapat saja terjadi bagi lembaga pendidikan yang tidak mampu bersaing dengan lembaga-lembaga pendidikan lain dalam mempertahankan kepercayaan kepada konsumen. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Orangtua Memilih Jasa Pendidikan Di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang”**.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah : Apakah citra merek (*brand image*) berpengaruh terhadap keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang.

C. Pembatasan Masalah

Untuk membuat penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas dari pembahasan masalah yang diteliti, maka dalam analisis ini penulis membatasi hanya pada variabel citra merek (X) sebagai variabel bebas dan keputusan orangtua (Y) sebagai variabel terikat.

Dimensi citra merek yang terdiri dari:

1. Kekuatan Asosiasi Merek (*strength of brand association*)
2. Keuntungan Asosiasi Merek (*Favourability of brand association*)
3. Keunikan Asosiasi Merek (*Uniqueness of brand association*)

Keputusan pembelian terdiri dari lima dimensi:

1. Pengenalan Kebutuhan
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Perilaku Pasca Pembelian

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi fasilitas bagi penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuan sesuai dengan disiplin ilmu yang penulis tekuni.

2. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa informasi mengenai pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi sekolah mengenai pentingnya mempertahankan citra merek untuk meningkatkan keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang.

3. Bagi Almamater

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan membantu rekan-rekan mahasiswa atau peneliti lain yang berminat untuk meneliti masalah yang sama.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2015:66): “Kerangka pemikiran dalam hal ini diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah

yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan”.

American Marketing Association yang dikutip oleh Kotler (2012) dalam Tjiptono (2014:116) mendefinisikan merek (*brand*) sebagai : Nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi di antaranya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakannya dari barang dan jasa dari para pesaingnya”. Akan tetapi, merek tidak hanya berperan sebagai sumber identitas atau diferensiasi.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:179-181): proses keputusan pembelian terdiri dari 5 (lima) dimensi, yaitu

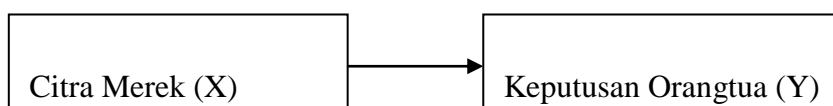
1. Pengenalan Kebutuhan, proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan (*need recognition*), di mana pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan.
2. Pencarian Informasi, konsumen yang tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi atau mungkin tidak. Jika dorongan konsumen itu, kuat dan produk yang memuaskan ada di dekat konsumen itu, akan membelinya kemudian.
3. Evaluasi Alternatif, pemasar harus tahu tentang evaluasi alternatif (*alternative evaluation*), yaitu bagaimana konsumen memproses informasi untuk sampai pada pilihan merek. Sayangnya, konsumen tidak menggunakan proses evaluasi yang sederhana dan tunggal dalam semua situasi pembelian.
4. Keputusan Pembelian, dalam tahap evaluasi, konsumen menentukan peringkat merek dan menentukan niat pembelian. Pada umumnya, keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai tetapi dua factor berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.
5. Perilaku Pasca Pembelian, pekerjaan pemasar tidak berakhir ketika produk telah dibeli. Setelah membeli produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian (*postpurchase behavior*) yang harus diperhatikan oleh pemasar.

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang pengaruh keputusan memilih jasa pendidikan antara lain:

1. Menurut Samsuddin dan Endang Setianingsih (2017) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Budidaya Perikanan Politeknik Negeri Pontianak, diketahui bahwa pengaruh *advertising*, *publicity*, *sales promotion*, dan *direct marketing* terhadap variasi naik turunnya keputusan mahasiswa memilih Program Studi Budidaya Perikanan Politeknik Negeri Pontianak adalah sebesar 17,80% dan sisanya 82,20% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.
2. Menurut Karyati dan Sukirno (2016) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi”, bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Merek (*Brand Image*) dan persepsi biaya pendidikan terhadap minat melanjutkan studi, pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunung Kidul pada Tahun Ajaran 2015/2016.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka pemikiran



Keterangan:

1. Variabel bebas (X) adalah citra merek
2. Variabel terikat (Y) adalah keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang.

G. Metode penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2015:56): “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bersifat menggambarkan suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik yang hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri)”. Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2015:193): “Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data yang diperoleh langsung dari orangtua siswa yang ada di SD Amkur Bengkayang sebagai responden.

Menurut Siregar (2017:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh penelitian langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara:

1) Wawancara

Menurut Sugiyono (2015:194): “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus

diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil”. Peneliti mewawancarai Kepala Sekolah untuk mengetahui informasi mengenai keadaan Sekolah, peserta didik dan data yang diperlukan untuk penulisan skripsi peneliti.

2) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2015:199): “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawabnya”. Peneliti membagikan kuesioner kepada orangtua siswa, dengan bekerja sama dengan guru kemudian setelah diisi dengan lengkap dapat mengembalikan dengan guru yang bersangkutan.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2015 : 193) : “Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Sekolah Dasar Amkur Bengkayang. Berupa informasi mengenai keadaan sekolah dan data jumlah seluruh siswa.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:117): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh orangtua yang anaknya bersekolah di SD Amkur Bengkayang yang mana pada Tahun 2017 dengan jumlah siswa 166 orang yang berada di Kelas 1 (satu) dan Kelas 2 (dua) di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2015 :118) : “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Siregar (2017:60): “*Purposive sampling* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu”. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah orangtua yang anaknya berada di kelas 1 (satu) dan kelas 2 (dua) Sekolah Dasar Amkur Bengkayang. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan dalam penelitian ini mengacu pada teori Solvin dalam Siregar (2017:61) sebagai berikut:

$$\text{Di mana : } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = sampel

N= populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan

Sehingga jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$n = \frac{166}{1+(166).(0.1)^2}$$

$$n = 99,4$$

Jadi dalam penelitian ini sampel minimal yang harus diambil adalah 99,orang. Berdasarkan hal tersebut penulis menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

4. Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015:60): “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dari pengertian tersebut, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri 2 (dua) yaitu:

a. Variabel Bebas (*independent variabel*)

Variabel bebas menurut Sugiyono (2015:61): “Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra merek.

b. Variabel Terikat (*dependent variabel*)

Variabel terikat menurut Sugiyono (2015:61) “Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya

variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang.

5. Skala Pengukuran

Adapun untuk mengukur pengaruh citra merek terhadap keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang digunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2015:134): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Penelitian ini menggunakan 5 (lima) kategori jawaban atas pertanyaan yang diajukan yaitu:

Tabel 1.5
Skor Pernyataan Responden

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur”. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi masing-masing pertanyaan (*item*) dengan skor totalnya. Validitasnya dibandingkan dengan nilai korelasi hitung *rhitung* dengan

r_{tabel} . Dengan tingkat signifikan (α) 5% (0,05), dengan jumlah responden (n) = 100, maka nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel nilai-nilai r *Product moment* baris $N = 98$ adalah sebesar 0,196. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.

Berdasarkan rumus korelasi dalam *product moment* dalam Siregar (2017:77): yaitu

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

x = Skor variabel (Jawaban Responden)

y = Skor total dari variabel untuk responden ke- n

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87) : “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula”.

Menurut Siregar (2017:90) pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_1^2 = Varian total

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153): “Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik”. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas data yaitu metode *Kolmogorov-Smirnov*, prinsip kerjanya membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoretik dengan frekuensi kumulatif menggunakan bantuan program SPSS.

Hipotesis pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah :

H_0 : Data berdistribusi normal

H_a : Data tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan:

Jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $\text{sig} < \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima

c. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Siregar (2017:379): “ Salah satu alat yang digunakan dalam memprediksi permintaan di masa yang akan datang dengan berdasarkan data masa lalu, atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*) adalah menggunakan regresi linier”. Adapun rumus regresi linier sederhana:

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

X = Citra Merek

Y = Keputusan Orangtua

a = *Intercept*

b = Koefisien Regresi

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2017:337): “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui pola dan hubungan antara Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Orangtua Memilih Jasa Pendidikan Di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang.

Nilai korelasi (r) = $(-1 \leq 0 \leq 1)$. Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 sampai 1, sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negative (-).

Adapun tolak ukur untuk menginterpretasikan derajat korelasi yang diperoleh sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 1.6
Interpretasi Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016:287)

e. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Siregar (2017:338): “Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang dinyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”. Rumus koefisien determinasi yaitu:

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi sederhana, dapat digunakan untuk melakukan prediksi. Pengaruh citra merek terhadap keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang. Pengujian tersebut

dilakukan dimana jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak atau model regresi sederhana, dapat digunakan untuk memprediksi. Seberapa pengaruh citra merek terhadap keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang, dengan langkah pengujian sebagai berikut:

a. Menentukan Hipotesis

H_o : Artinya model regresi sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang, yang dipengaruhi citra merek.

H_a : Artinya model regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang, yang dipengaruhi oleh citra merek.

b. Menentukan nilai f_{tabel} dengan kriteria: $\alpha = 0,5$ (5%) dan derajat kebebasan $n-2$.

c. Menentukan kriteria keputusan: jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_o ditolak dan H_a diterima, jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, berusia antara 30–39 tahun, status perkawinan sudah kawin, berpendidikan Sarjana, memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, memiliki penghasilan rata-rata per bulan sebesar Rp.4.000.000,00 - Rp.5.999.999,00 dan berstatus sudah kawin.
2. Model persamaan regresi linier sederhana yang dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi *standardized* adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,406 + 0,600X.$$

- a. Model persamaan regresi konstanta $a = 2,406$ menyatakan bahwa jika variabel citra merek (X) bernilai nol, maka keputusan orangtua (Y) nilainya 2,406.
- b. Nilai koefisien regresi $b = 0,600$ artinya jika nilai variabel citra merek (X) meningkat sebesar 1 (satu) satuan, maka keputusan orangtua (Y) di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang akan meningkat sebesar 0,600 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara citra merek dengan keputusan orangtua, jika citra merek baik maka keputusan orangtua memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang juga akan baik.

3. Nilai R sebesar 0,713 yang menunjukkan bahwa adanya korelasi tinggi dan positif antara variabel citra merek (X) dan keputusan orangtua (Y).
4. Nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,509 artinya pengaruh citra merek terhadap keputusan orangtua di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang sebesar 50,90% dan sisanya sebesar 49,10% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Nilai F hitung pada penelitian ini adalah 101,474, lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 3,94 dan. Nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikan sebesar 0,05, artinya H_0 ditolak H_a diterima artinya bahwa regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi Keputusan Orangtua Memilih Jasa Pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang yang dipengaruhi oleh Citra Merek.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi sekolah dasar Amkur Bengkayang sebagai berikut :

1. Pelayanan yang sudah baik di dipertahankan agar menjadi lebih baik, sedangkan kekurangan-kekurangan yang ada diperbaiki, dan karena pelayanan yang baik merupakan pengaruh untuk setiap konsumen yang sudah memilih jasa pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang, hal tersebut membuat pihak Sekolah Dasar Amkur Bengkayang dituntut agar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan orangtua peserta didik. Dengan adanya pelayanan yang dinilai memuaskan konsumen maka

akan menimbulkan sikap yang mempengaruhi keputusan pengguna jasa yang ada di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang yang akan memberikan keuntungan bagi Sekolah Dasar Amkur Bengkayang.

2. Sekolah Dasar Amkur Bengkayang harus menanggapi dan melakukan tindakan untuk segera menangani keluhan dari seluruh orangtua peserta didik dan mau menerima masukan dan kritikan yang dikeluhkan oleh pengguna jasa pendidikan. Melakukan perbaikan atau penggantian perlengkapan yang ada di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang seperti pendingin ruangan tempat cuci tangan yang ada di dalam area Sekolah Dasar Amkur Bengkayang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar Jeckie, Miranty Abidin, dan Yanty Isa 2007. **Mengelola Merek**. Edisi 1. Bina Karya Mandiri, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gery Armstrong. 2008. **Prinsip-prinsip pemasaran**. Edisi 12. Jilid.1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 13 Jilid 2 Erlangga, Jakarta.
- Karyarti dan Sukirno.2016. Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi. **Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta**. Vol. XIV,No.1, 55-63.
- Priyatno, Duwi. 2010. **Pemahaman Analisis Statistik Data dengan SPSS**. Mediakom, Yogyakarta.
- Samsuddin dan Endang Setianingsih, 2017.Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Budidaya Perikanan Politeknik Negeri Pontianak **Jurnal Universitas Muhammadiyah Pontianak**. Vol. 13, No. 1, 839-842.
- Siregar, Syofian 2017. **Statistik Paramertik untuk Penelitian Kuantitatif**, Bumi Angkasa Pura, Jakarta.
- Sugiyono.2015.**Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatifdan R&D**, Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Manajemen, CV Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2014. **Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian**. Edisi 1. Andi, Yogyakarta.
- Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor. 20 Tahun 2003.
- Undang - Undang Merek Nomor. 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1.