

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, UKT, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA ANGKATAN 2018 MEMILIH
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh :

DEROJATUL JANNAH

NIM : G73215033



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SURABAYA**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Derojatul Jannah

Nim : G73215033

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, UKT, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Angkatan 2018 Memilih Uin Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Surabaya 26 maret 2019

Saya yang menyatakan,



Derojatul Jannah
G73215033

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang telah ditulis oleh Derojatul Jannah NIM. G73215033 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 26 Maret 2019

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andriani Samsuri', written in a cursive style.

Andriani Samsuri, S.Sos.,MM
NIP.197608022009122002

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Derajatul jannah G73215033 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari sekian tanggal sekian April 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam manajemen

Majelis Munaqasah Skripsi:

Penguji I



Andriani Samsuri, S.Sos., MM
NIP.197608022009122002

penguji II



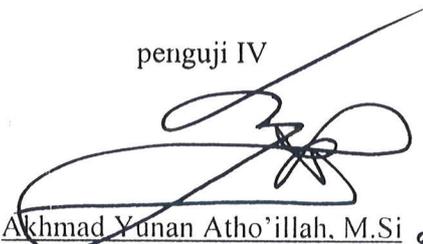
Dr. H. Hammis Syafaq, M.Fil.I
NIP. 197510162002121001

Penguji III



Dr. Iskandar Ritongan, M.Ag
NIP. 1965061519910210001

penguji IV



Akhmad Yunan Atho'illah, M.Si
NIP. 198101052015031003

Surabaya, 2 April 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.
NIP. 196212141993031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Derojatul Jannah
NIM : G73215033
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Manajemen
E-mail address : imaakarisma03@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Brand Image*, UKT, dan Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Angkatan 2018

Memilih UIN Sunan Ampel Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 April 2019

Penulis

(Derojatul Jannah)

Namun dewasa ini, kemudahan dalam menjangkau lokasi usaha tidak lagi menjadi pertimbangan yang penting. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi informasi yang memudahkan para konsumen dalam mendapatkan barang ataupun layanan meskipun memiliki jarak yang cukup jauh seperti antar kota, pulau, bahkan luar negeri. Tidak hanya konsumen yang memperoleh manfaat kemajuan teknologi informasi, perusahaan juga banyak menggunakannya dalam mengembangkan maupun membuat usaha baru yang berbasis online. Seperti pada perusahaan penyedia jasa transportasi online, penyedia jasa marketplace online dan lain-lain.

Mudahnya menjangkau lokasi atau lokasi yang strategis namun tidak menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Farli dan Maria yang meneliti tentang Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen yang Menggunakan Jasa Salon Headquarters Manado Town Square. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah konsumen Salon Headquarters pada saat penelitian dilaksanakan. Jumlah sampel yaitu sebanyak 97 responden. Hasil yang diperoleh dalam penelitian berkaitan dengan variabel lokasi menyatakan

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis / tahun	Judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
1.	Iken Mety Wulandari / 2013	Pengaruh Brand Image dan lokasi terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi (studi kasus pada siswa kelas XII SMAN jurusan IPS di kota Jember	Empat dari tujuh indikator variabel brand image (manfaat, pelayanan, resiko, popularitas) menyatakan netral tentang setuju atau tidak. Indikator tempat parkir yang luas dan nyaman, responden menyatakan tidak setuju jika berpengaruh terhadap keputusan. Hal ini bertentangan dengan teori Fandy Tjiptono	-Bagaimana pengaruh Brand Image dan lokasi terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi (studi kasus pada siswa kelas XII SMAN jurusan IPS di kota Jember. -Variabel manakah dari Brand Image dan lokasi yang memberikan keputusan terbesar (dominan) terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi (studi kasus pada siswa kelas XII SMAN jurusan IPS di kota Jember	Untuk mengetahui pengaruh Brand Image dan lokasi terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi (studi kasus pada siswa kelas XII SMAN jurusan IPS di kota Jember. -Untuk mengetahui Variabel manakah dari Brand Image dan lokasi yang memberikan keputusan terbesar (dominan) terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi (studi kasus pada siswa kelas XII SMAN jurusan IPS di kota Jember	-jenis penelitian explanatory -Metode analisis deskriptif -Uji instrumen penelitian validitas dan Reliabilitas. -Uji asumsi regresi dengan pendekatan analisis konfirmatory -Populasi adalah seluruh siswa kelas XII SMA Negeri di Kota Jember Tahun Ajaran 2012 - 2013 sebanyak 366 siswa -Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini <i>Stratified random sampling</i> . sampel penelitian sebesar 110 siswa.	Brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi (studi kasus pada siswa kelas XII SMAN jurusan IPS di kota Jember. -Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi (studi kasus pada siswa kelas XII SMAN jurusan IPS di kota Jember. -variabel lokasi memberikan pengaruh terbesar (dominan) sebesar 44.1% dibandingkan variabel	Kekurangan: Pada rumusan masalah ke dua mengenai variabel paling dominan, seharusnya untuk mencari variabel paling dominan tidak boleh hanya menggunakan dua variabel, melainkan harus menggunakan semua variabel kemungkinan. Kelebihan: Metode analisis yang digunakan dapat menjawab hipotesis penelitian sehingga semua rumusan masalah dalam penelitian terjawab.

No	Penulis / tahun	Judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	brand image. Hasil	Kekurangan & Kelebihan
2.	Farli dan Maria V.J. Tielung / 2015	Pengaruh citra merek, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer	Lokasi dimana merupakan tempat menjalankan bisnis dapat mempengaruhi keputusan konsumen dengan memperhatikan faktor strategis, visibilitas, kenyamanan, ekspansi dan lingkungan. Namun pada penelitian ini, variabel lokasi meskipun memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan. Artinya konsumen tidak terlalu menganggap penting mengenai lokasi usaha	- Pengaruh citra merek, kualitas layanan, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer - Pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer. - Pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer - lokasi secara parsial terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer	- untuk mengetahui Pengaruh citra merek, kualitas layanan, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer - untuk mengetahui Pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer. - untuk mengetahui Pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer - untuk mengetahui lokasi secara parsial terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer	Metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian asosiatif Metode analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik. Uji hipotesis, uji t dan uji F Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah konsumen Salon Headquaters pada saat penelitian dilaksanakan. Jumlah sampel menggunakan rumus slovin yaitu 97responden.	-citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer - kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer - lokasi berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer -citra merek, kualitas layanan, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa salon headquaters manado town squer	Kekurangan: Kurang menjelaskan mengenai kondisi sebearnya yang ada pada objek penelitian yang berhubungan dengan variabel penelitian. Kelebihan: Sumber rujukan, tahunnya masih baru sehingga dapat di katakan masih relevan dengan kondisi pada saat penelitian. Penjelasan mengenai metode penelitian lengkap dan baik.

No	Penulis / tahun	Judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
3.	Angelina Rares & Rotinsulu Jopie Jorie / 2015	<i>The Effect Of The Price, Promotion, Location, Brand Image And Quality Products Towards The Purchase Decision Of Consumers At Bengkel Gaoel Store Manado Town Square</i>	Citra merek secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut karena pada toko-toko yang sama di sekitar objek penelitian juga memiliki citra yang baik pula	<p>-Harga, promosi, lokasi, citra merek dan kualitas produk secara bersama terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square.</p> <p>-Harga terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square.</p> <p>-Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square.</p> <p>-Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square.</p> <p>-Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square</p> <p>-Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel</p>	<p>-Untuk mengetahui: - Harga, promosi, lokasi, citra merek dan kualitas produk secara bersama terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square.</p> <p>-Harga terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square.</p> <p>-Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square.</p> <p>-Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square.</p> <p>-Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square</p> <p>-Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen Bengkel Gaoel Manado Town Square.</p>	<p>-Jenis penelitian ini adalah Penelitian asosiatif</p> <p>-Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah pengunjung termasuk pembeli Bengkel Gaoel Manado Town Square pada saat penelitian yaitu 3989. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan perhitungan rumus Slovin yaitu sebanyak 98 responden.</p> <p>-Metode analisa yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis Regresi Linear Berganda, dan pengujian hipotesis F dan uji hpotesis t.</p>	<p>-Harga, promosi, lokasi, citra merek, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan Pembelian</p> <p>-Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian</p> <p>-Promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian</p> <p>-Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian</p> <p>-Citra merek secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian</p> <p>-Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian</p>	<p>Kekurangan: Pengambilan sampel dalam penelitian masih terlalu sedikit, dari 3989 populasi hanya mengambil 98 sampel.</p> <p>Kelebihan: Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian terbilang lumayan banyak untuk mewakili faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Metode dan alat analisis dapat menjawab rumusan masalah dan hipotesis dengan baik.</p>

No	Penulis / tahun	Judul	Gab/ Masalah	Manado Town Square. Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
4.	Sabar Tri Lestari & Alexander Wahyudi / 2017	Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian jasa perawatan sepatu Myster	Meskipun hanya selisih sedikit pada Uji t, untuk variabel lokasi, namun dari sini dapat dilihat bahwa variabel lokasi tidak terlalu berpengaruh pada keputusan memilih jasa perawatan sepatu Myster.	Apakah harga dan lokasi mempengaruhi terhadap keputusan pembelian jasa perawatan sepatu Myster	Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian jasa perawatan sepatu Myster	<ul style="list-style-type: none"> -Jenis penelitian deskriptif. -Metode analisis regresi linier berganda. -Uji Validitas, dan uji Reliabilitas -Uji asumsi klasik -Populasi merupakan konsumen yang pernah memakai jasa perawatan sepatu Myster dalam kurun waktu Juli 2016 dimana terdapat kurang lebih 400 konsumen -Menggunakan metode random sampling, total sampel yang digunakan sebanak 80. 	<ul style="list-style-type: none"> -Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perawatan sepatu Myster. -Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perawatan sepatu Myster. 	<p>Kekurangan: Hanya mengambil dua variabel yaitu harga dan tempat, sedangkan pada latar belakang menyebutkan pentingnya pelayanan. Tidak menyebutkan hipotesis dari penelitian.</p> <p>Kelebihan: Menyertakan data penjualan sebagai data tambahan dalam penelitian</p>

No	Penulis tahun	Judul	Gab Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
5.	Ainnur Rofiq & M. Hufrom / 2017	Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di powernoise store Malang	Meskipun secara simultan semua variabel dalam penelitian berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun berdasarkan uji koefisien determinan, variabel dalam penelitian ini hanya menyebabkan perubahan keputusan pembelian sebesar 22,1% lebih kecil dibanding variabel di luar penelitian. Selain itu, lokasi juga ditemukan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, letak powernoise store tidak menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian di sana.	-Apakah kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. studi kasus pada Powernoise store Malang. - Apakah kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. studi kasus pada Powernoise store Malang.	-untuk mengetahui Apakah kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. studi kasus pada Powernoise store Malang. - Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. studi kasus pada Powernoise store Malang.	-Jenis penelitian explanatory -Metode analisis regresi linier berganda -Uji validitas, Uji Reliabilitas -Uji asumsi klasik -Populasi konsumen PowerNoise Store Malang, mulai dengan bulan Juni – Agustus 2017 dengan jumlah keseluruhan 978 konsumen.	-Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. studi kasus pada Powernoise store Malang. -Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. studi kasus pada Powernoise store Malang. -Lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. studi kasus pada Powernoise store Malang. - kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. studi kasus pada Powernoise store Malang.	Kekurangan: Tidak menyebutkan jumlah sampel yang di teliti dan metode samplingnya. Tidak menyebutkan teori atau sumber rujukan dari indikator penelitian. Hanya menggunakan sampel konsumen selama 3 bulan saja Kelebihan: Selain data dari kuisioner, peneliti juga memperkuat data penelitian dengan melakukan observasi dan wawancara.

No	Penulis / tahun	Judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
6.	Altofu Rohman & Aglis Andhita H / 2017	Analisis pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman (studi kasus pada pengguna jasa JNE cabang nganjuk)	Berdasarkan hasil penelitian tidak ada gab yang secara signifikan terjadi. Dengan kata lain, antara teori yang di gunakan dengan hasil di lapangan memiliki kesamaan.	-Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan konsumen pengguna jasa pengiriman (studi kasus pada pengguna jasa JNE cabang nganjuk). - Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen pengguna jasa pengiriman (studi kasus pada pengguna jasa JNE cabang nganjuk). - Apakah citra merek dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen pengguna jasa pengiriman (studi kasus pada pengguna jasa JNE cabang nganjuk).	-Untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh citra merek terhadap keputusan konsumen pengguna jasa pengiriman (studi kasus pada pengguna jasa JNE cabang nganjuk). - Untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan konsumen pengguna jasa pengiriman (studi kasus pada pengguna jasa JNE cabang nganjuk). - Untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh secara simultan citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen pengguna jasa pengiriman (studi kasus pada pengguna jasa JNE cabang nganjuk).	-pendekatan kuantitatif -Metode analisis regresi linier berganda -Uji validitas, Uji reliabilitas -Uji asumsi klasik -Uji hipotesis; Uji t dan Uji F -Uji koefisien determinan. - populasi, konsumen atau pengguna jasa pengiriman JNE Express Across Nations cabang Nganjuk.	-Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman (studi kasus pada pengguna jasa JNE cabang nganjuk). -Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman (studi kasus pada pengguna jasa JNE cabang nganjuk). - Citra merek dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman (studi kasus pada pengguna jasa JNE cabang nganjuk).	Kekurangan: Variabel dalam penelitian hanya dua. Tidak menyebutkan jumlah dan teknik sampel penelitian. Kelebihan: Menjelaskan alasan dari hasil penelitian. Sehingga data hasil penelitian di perkuat dari penjelasan tersebut yang berdasarkan observasi peneliti

No	Penulis / tahun	Judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
7.	Rizkhi Sumarsono, dkk / 2017	Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Madlyson di distro Azteldine Tulungagung	Variable kualitas produk yang di harapkan dominan terhadap keputusan pembelian, kenyataannya berdasarkan hasil peneliti memiliki pengaruh lebih rendah dibandingkan hasil variabel citra merek.	-Bagaimana definisi kualitas produk, harga, citra merek, dan keputusan pembelian produk - Bagaimana definisi kualitas produk, harga, citra merek, dan keputusan pembelian produk Madlyson di distro Azteldine Tulungagung. -Mana diantara variabel kualitas produk, harga, dan citra merek yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk Madlyson di distro Azteldine Tulungagung.	-Untuk mengetahui bagaimana definisi kualitas produk, harga, citra merek, dan keputusan pembelian produk - Untuk mengetahui bagaimana definisi kualitas produk, harga, citra merek, dan keputusan pembelian produk Madlyson di distro Azteldine Tulungagung. - Untuk mengetahui mana diantara variabel kualitas produk, harga, dan citra merek yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk Madlyson di distro Azteldine Tulungagung.	-pendekatan kuantitatif dengan metode surve -Jenis penelitian explanatory -Analisis data statistik deskriptif, alat ukur skala likert -Uji validitas, Uji reliabilitas -Uji asumsi klasik -Analisis regresi linier berganda. -konsumen yang Berkunjung dalam satu bulan sebanyak 150 orang -Menggunakan teknik Insidental Sampling sebanyak 60 responden	-Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Madlyson di distro Azteldine Tulungagung. -Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Madlyson di distro Azteldine Tulungagung. -Citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Madlyson di distro Azteldine Tulungagung.	Kekurangan: Tidak ada penjelasan yang menjawab rumusan masalah ke tiga tentang variabel yang berpengaruh paling dominan. Kelebihan: Data penelitian di dukung oleh data sekunder. Menyertakan teori tentang hubungan kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

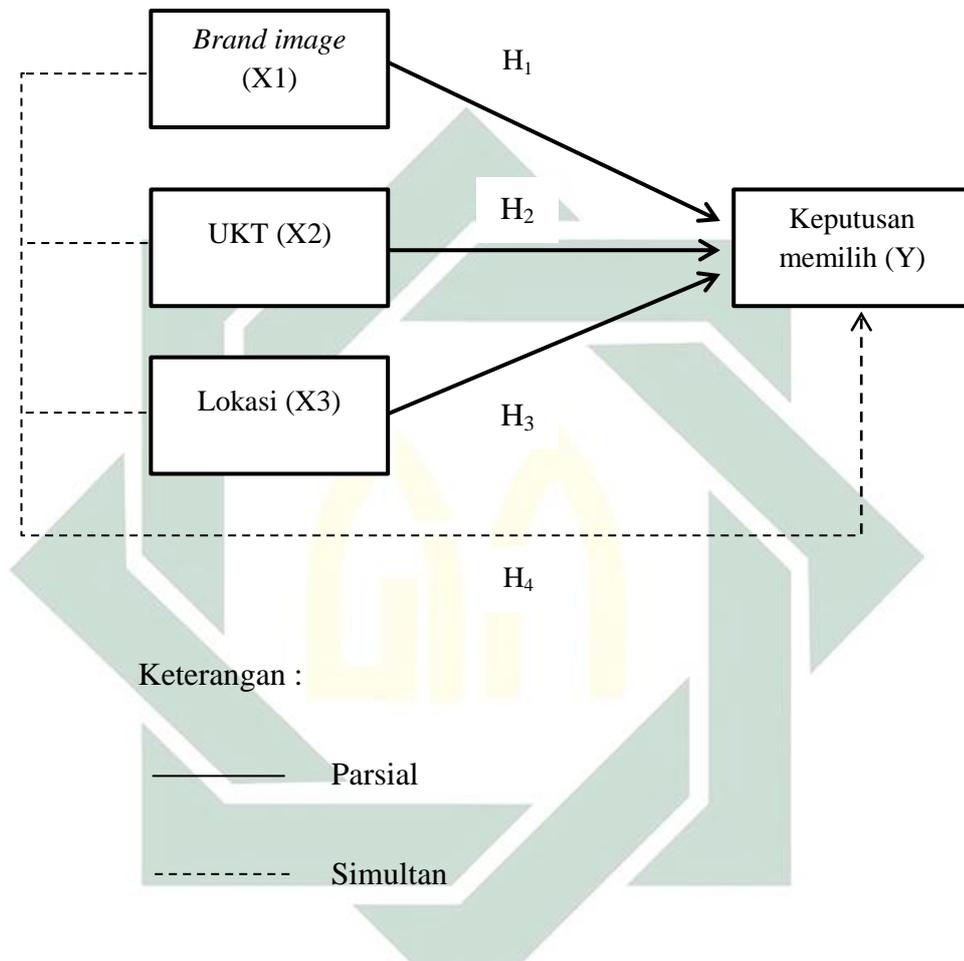
No	Penulis / tahun	Judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
8.	Anggraini Puspitasari & Finisica Dwijayati Patrikha / 2018	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan universitas pada siswa kelas XII SMA negeri 22 surabaya	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa faktor lokasi dan harga menjadi faktor terakhir yang mempengaruhi keputusan siswa dalam memilih universitas	-faktor apa saja yang mempengaruhi pemilihan universitas pada siswa kelas XII SMA negeri 22 Surabaya -Faktor yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pemilihan universitas pada siswa kelas XII SMA negeri 22 surabaya	-Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pemilihan universitas pada siswa kelas XII SMA negeri 22 Surabaya - Untuk mengetahui faktor yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pemilihan universitas pada siswa kelas XII SMA negeri 22 surabaya	-Pendekatan kuantitatif confirmatory -Memformulasikan bmasalah , membuat matriks korelasi, menetapkan metode analisis, menentukan jumlah faktor, merotasi faktor, menentukan model yang sesuai -uji KMO -Metode penelitian principal componen analysis (PCA) -Populasi 362 dari kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya -Menggunakan proportional random sampling, sebanyak 190 siswa	-Faktor kelompok referensi, keluarga, motivasi, lokasi, harga dan citra lembaga mempengaruhi keputusan pemilihan universitas -Faktor pertama kelompok referensi, kedua citra lembaga, ke tiga motivasi, keempat keluarga, kelima lokasi, dan keenam harga yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pemilihan universitas pada siswa kelas XII SMA negeri 22 surabaya	Kekurangan: Tidak menyebutkan indikator masing-masing variabel penelitian dan rujukannya. Tidak ada uji validitas mengenai pertanyaan yang di ajukan. Kelebihan: Menggunakan semua variabel yang di sebutkan dalam buku Kotler sebagai variabel penelitian. Menjawab semua hipotesis yang ada.

No	Penulis / tahun	Judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
9.	Yogi Setiawan / 2018	Pengaruh harga, produk, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian dalam berkunjung pada cafe taman selfie di kota binjai	Pada penelitian ini, variabel produk dan lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen cafe taman selfie di kota binjai. Ini bertentangan dengan yang di gunakan dalam penelitian dimana dalam penelitian tersebut dianggap memiliki pengaruh.	<ul style="list-style-type: none"> -Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengunjungi cafe taman selfie di kota Binjai. -Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengunjungi cafe taman selfie di kota Binjai. -Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengunjungi cafe taman selfie di kota Binjai. -Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengunjungi cafe taman selfie di kota Binjai. 	<ul style="list-style-type: none"> -Untuk dapat mengetahui Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengunjungi cafe taman selfie di kota Binjai. -Untuk dapat mengetahui apakah produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengunjungi cafe taman selfie di kota Binjai. -Untuk dapat mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengunjungi cafe taman selfie di kota Binjai. -Untuk dapat mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengunjungi cafe taman selfie di kota Binjai. 	<ul style="list-style-type: none"> -Metode penelitian asosiatif -Pengukuran variabel , skala likert -Uji instrumen penelitian, Uji validitas dan Uji reliabilitas -Uji asumsi klasik -Uji regresi linier berganda -Uji koefisien determinan. -Populasi adalah masyarakat Binjai yang pernah berkunjung ke Cafe Taman Selfie. -Menggunakan teknik Purposive Sampling adalah 96,4 dibulatkan menjadi 100 responden. 	<ul style="list-style-type: none"> -Variabel produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dalam berkunjung pada cafe taman selfie di kota binjai. - Variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dalam berkunjung pada cafe taman selfie di kota binjai. - Variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dalam berkunjung pada cafe taman selfie di kota binjai. Variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dalam berkunjung pada cafe taman selfie di kota binjai. 	<p>Kekurangan: Peneliti kurang teliti dalam melihat hasil penelitian sehingga banyak kesalahan dalam membaca dan menjelaskan hasil penelitian di tabel spss.</p> <p>Kelebihan: Metode penelitian yang di gunakan dalam menganalisis data lengkap</p>

No	Penulis / tahun	Judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
10.	Siti Sholihah Putri / 2018	Analisis Pengaruh Lokasi, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Perbankan Syariah (Studi Pada Wilayah Jakarta Selatan)	Berdasarkan hasil penelitian tidak ada gab yang secara signifikan terjadi. Dengan kata lain, antara teori yang di gunakan dengan hasil di lapangan memiliki kesamaan. Begitupun antara hasil pre-riset dengan hasil penelitian akhir yang menyebutkan bahwa variabel bebas masuk sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih.	-Apakah lokasi, <i>brand image</i> dan <i>word of mouth</i> berpengaruh secara parsial terhadap proses keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di perbankan syariah di wilayah Jakarta Selatan? -Apakah lokasi, <i>brand image</i> dan <i>word of mouth</i> berpengaruh secara simultan terhadap proses keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di perbankan syariah di wilayah Jakarta Selatan?	-Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan apakah lokasi, <i>brand image</i> dan <i>word of mouth</i> berpengaruh secara parsial terhadap proses keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di perbankan syariah di wilayah Jakarta Selatan. -Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan apakah lokasi, <i>brand image</i> dan <i>word of mouth</i> berpengaruh secara simultan terhadap proses keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di perbankan syariah di wilayah Jakarta Selatan.	-Metode penelitian kuantitatif, asosiatif. -Populasi adalah 600.000 nasabah tabungan haji di perbankan syariah yang berada di wilayah Jakarta Selatan. -Menggunakan nonprobability sampling dengan metode purposive sampling sebanyak 100 sampel. -Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.	-secara parsial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih -secara parsial variabel <i>brand image</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih variabel <i>word of mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih - terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel lokasi, <i>brand image</i> dan <i>word of mouth</i> terhadap keputusan nasabah dalam memilih.	Kekurangan: Peneliti tidak mengambil faktor produk sebagai salah satu variabel bebas dalam penelitian. Padahal di latarbelakang menyebutkan pentingnya inovasi pada produk yang dapat mempengaruhi keputusan memilih secara signifikan. Kelebihan: Metode dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian dapat menjawab rumusan masalah dan hipotesis dengan baik. Penjelasan mengenai objek penelitian cukup lengkap sehingga terdapat gambaran mengenai objek penelitian.

Gamabr 2.1

Kerangka Pemikiran

**B. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data yang akan didapatkan setelah

I. Teknik Analisis Data

Sebelum peneliti turun langsung kelapangan untuk memberikan pertanyaan berupa kuisisioner kepada para responden dalam hal ini mahasiswa, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap instrumen penelitian lewat simulasi uji coba instrumen. Kemudian hasil dari simulasi tersebut dilakukan uji validitas terhadap pertanyaan dalam kuisisioner dengan menggunakan rumus *product moment*. Tujuannya untuk melihat valid atau tidaknya instrumen tersebut. Setelah instrumen penelitian dinyatakan valid, maka selanjutnya dapat dilakukan uji reliabilitas untuk melihat apakah jawaban dari pertanyaan dalam kuisisioner tetap konsisten atau malah berubah-ubah. Untuk mengukur reliabilitas, pada penelitian ini digunakan rumus *Cronbach Alpha*. Apabila instrumen penelitian telah dinyatakan valid dan reliabel, maka peneliti sudah dapat menggunakannya untuk mengumpulkan data berupa jawaban dari responden penelitian.

Setelah semua data terkumpul baik yang berasal dari jawaban kuisisioner yang diberikan kepada responden, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan ialah melakukan tabulasi data dengan memasukkan data pada tabel-tabel dan mengatur angka-angka agar memudahkan dalam menghitungnya.

Langkah selanjutnya setelah data di tabulasi yaitu melakukan analisis terhadap data tersebut. Sedangkan teknik analisis pada penelitian ini menggunakan statistik *inferensial*, dimana statistik yang juga sering disebut statistik induktif atau probabilitas ini memiliki tujuan untuk

menganalisis data dari sampel. Kemudian kesimpulan hasil penelitian sampel tersebut diberlakukan untuk seluruh populasi.

Sedangkan seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa pada penelitian ini ingin mengetahui pengaruh hubungan variabel bebas (brand image, UKT, lokasi) dengan variabel terikat (keputusan memilih), maka dilakukanlah analisis regresi linier berganda. Dimana sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, terdapat syarat atau asumsi yang harus dipenuhi agar hasil dari regresi linier berganda valid dan mampu menjelaskan hipotesis penelitian.

Asumsi yang harus dipenuhi yaitu, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov atau melihat pada diagram histogram pada SPSS 16, dengan tujuan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Selanjutnya untuk mengetahui tidak terjadinya multikolinieritas antar variabel bebas, maka dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF dan nilai *tolerance*. Setelah itu, peneliti juga melakukan uji heterokedastisitas untuk mengetahui varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap konstan atau tidak, dengan melihat pada tampilan grafik *scatter plot* pada SPSS 16.

Apabila data telah dinyatakan berdistribusi normal dan terbebas dari multikolinieritas juga heterokedastisitas, maka data telah siap untuk dilakukan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan rumus persamaan regresi linier berganda. Terakhir, setelah hasil persamaan regresi

B. Pengolahan Data

1. Uji validitas dan uji reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner mampu mengukur apa yang ingin diukur dan mengukur kekonsistenan dari jawaban kuisisioner mengenai variabel brand image, UKT, lokasi, dan keputusan memilih. Maka dari itu dalam proses uji validitas dan reliabilitas, jawaban kuisisioner yang telah ditanyakan kepada mahasiswa UINSA angkatan 2018 dikumpulkan kemudian dilakukan tabulasi data dengan memberikan bobot pada jawaban setiap pertanyaan sesuai dengan skala likert. Setelah melakukan tabulasi terhadap jawaban dari 367 responden tersebut, selanjutnya peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan SPSS 16. Berikut hasil dari uji validitas dan reliabilitas tersebut:

a) Uji validitas

Kriteria pengujian validitas pada penelitian ini yaitu, alat ukur dikatakan valid apabila dalam pengujian diketahui hasil r hitung $>$ r tabel (r hitung lebih besar dari r tabel), dengan $\alpha = 5\%$ (0,05). Namun apabila r hitung $<$ r tabel maka dapat dikatakan bahwa alat ukur dalam penelitian tidak valid. Berikut hasil uji validitas terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner dengan bantuan SPSS versi 16

berdasarkan hasil uji Heterokedastisitas yang dapat dilihat pada grafik *scatter plot* di atas, menunjukkan bahwa serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Maka dengan ini dapat dinyatakan bahwa data penelitian tidak mengalami heterokedastisitas.

Dari hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan seperti uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas dengan hasil yang telah disebutkan diatas bahwa data berdistribusi normal, data tidak mengalami multikolinieritas, dan data terbebas dari heteroskedastisitas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa syarat-syarat untuk melakukan uji regresi linier berganda telah terpenuhi dan sudah bisa dilakukan.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (*Brand image*, UKT, dan Lokasi) terhadap variabel terikat (keputusan memilih). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

- b) Pengaruh UKT terhadap keputusan mahasiswa memilih UIN Sunan Ampel Surabaya secara parsial.

Dapat dilihat berdasarkan tabel bahwa nilai T hitung untuk variabel UKT yaitu 3,863. Ini berarti $T \text{ hitung } 3,863 > T \text{ tabel } 1,966$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel UKT terhadap keputusan mahasiswa memilih UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan kata lain H_a diterima dan H_0 di tolak.

- c) Pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa memilih UIN Sunan Ampel Surabaya secara parsial.

Dapat dilihat berdasarkan tabel bahwa nilai T hitung untuk variabel lokasi yaitu 3,807. Ini berarti $T \text{ hitung } 3,807 > T \text{ tabel } 1,966$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi terhadap keputusan mahasiswa memilih UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan kata lain H_a diterima dan H_0 di tolak.

- c. Uji F

Berdasarkan tabel hasil uji F, diketahui bahwa nilai F hitung yaitu 40,535 sedangkan nilai F tabel yaitu 2,396, ini berarti nilai F hitung $40,535 > T \text{ tabel } 2,396$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel

brand image, UKT, dan lokasi terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2018 dalam memilih UIN Sunan Ampel Surabaya, sekaligus menjawab hipotesis yaitu H_a diterima dan H_0 di tolak.

Tabel 4.16

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1478.437	3	492.812	40.535	.000 ^a
	Residual	4413.226	363	12.158		
	Total	5891.662	366			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, UKT, Brand Image

b. Dependent Variable: Keputusan memilih

Sumber: Hasil output SPSS, 2019

Selain itu, pihak UINSA juga diharapkan lebih memperhatikan lagi mengenai lokasi dengan menaikkan tingkat keamanan tempat parkir dilingkungan kampus agar para mahasiswa tidak lagi merasa khawatir apabila memarkirkan kendaraan mereka.

2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel lain yang belum dibahas pada penelitian ini. Selain itu, juga membahas lebih dalam mengenai sistem penetapan biaya UKT pada setiap mahasiswa seperti memasukkan pertanyaan mengenai jalur masuk saat mendaftar, dalam kuisioner maupun wawancara. Dan juga untuk penelitian selanjutnya yang masih relevan dengan penelitian ini diharapkan untuk melakukan penelitian sedekat mungkin dengan waktu para mahasiswa tersebut baru masuk agar tidak terlalu jauh jarak antara waktu masuk mahasiswa dengan waktu penelitian.

- Rangkuti Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Sangadji Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2013
- Setiyannigrum Ari. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset, 2015.
- Sunyoto Danang. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*. Jakarta: PT. Buku Seru, 2013.
- Sudarmanto R. Gunawan. *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistic 19*. Jakarta: Penerbit Mira Wacana Media, 2013.
- Sugiarto. *Metode Statistika Bisnis*. Tangerang: PT. Matana Publishing Utama, 2015.
- Suryani & Hendrayadi. *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- , *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode)*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Tjiptono Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi, 2007.
- , *Pemasaran Jasa Edisi I*. Malang: Bayu Media Publishing, 2005.
- , *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- , *Manajemen Operasional*. Jakarta: Galia Indonesia, 2009.

