

**FAKTOR HARGA, FASILITAS DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI DI
UNIVERSITAS SUGENG HARTONO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :
Stevanus Kevin Pramudito
20.12.0124

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2024**

**FAKTOR HARGA, FASILITAS DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI DI
UNIVERSITAS SUGENG HARTONO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :
Stevanus Kevin Pramudito
20.12.0124

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Stevanus Kevin Pramudito
NIM : 20120124
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : **Faktor Harga, Fasilitas dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Di Universitas Sugeng Hartono**

Disetujui dan Disahkan:

Hari : Selasa

Tanggal : 27 Agustus 2024

PENGESAHAN SKRIPSI

Pembimbing,



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NIDN. 0606118902

Mengetahui,

Wakil Kepala Program Studi S1 Manajemen



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NIDN. 0606118902

Nama : **Stevanus Kevin Pramudito**
NIM : **20120124**
Program Studi : **S1 Manajemen**
Judul : **Faktor Harga, Fasilitas dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Di Universitas Sugeng Hartono**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan memenuhi gelar Sarjana Manajemen.

Hari : Selasa

Tanggal : 27 Agustus 2024

Tim Penguji

Ketua : Ari Susanti, S.Pt., M.M.

(*AR Susanti*)

Anggota : Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

(*Aditya*)

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta


Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

FAKTOR HARGA, FASILITAS DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI DI UNIVERSITAS SUGENG HARTONO

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Surakarta, 27 Agustus 2024

Pembuat pernyataan,



Stevanus Kevin Pramudito

MOTTO

1. *‘The only way to do great work is to love what you do.’* (Steve Jobs)
2. *“If you can’t fly then run, if you can’t run then walk, if you can’t walk then crawl, but whatever you do you have to keep moving forward.”* (Martin Luther King Jr)
3. “Janganlah hendaknya kamu khawatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.” (Filipi 4:6)
4. “Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.” (Yeremia 29:11)

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi. Hasil dari penelitian ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, yang selalu menemani saya mengerjakan penelitian ini hingga tuntas, tidak pernah lelah untuk mendukung dan mendoakan saya.
2. Kerabat terdekat dan sahabat yang senantiasa turut mendukung dan memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. yang telah membimbing dan mengarahkan saya.
4. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa dan alam semesta karena telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.

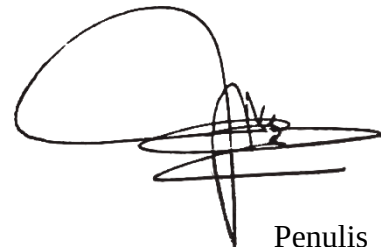
Skripsi ini berjudul “Faktor Harga, Fasilitas dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas Sugeng Hartono”

Atas tersusunnya laporan kuliah kerja usaha ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Aditya Liliyan, S.M.B., M.M, selaku Kepala Program Studi Manajemen dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa selalu mendukung dengan saran serta bimbingan kepada penulis.
3. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
4. Tendik dan mahasiswa Universitas Sugeng Hartono yang telah membantu dalam memberikan informasi data sebagai pendukung dalam penulisan skripsi.
5. Kedua orang tua, dan Adik saya yang selalu memberikan dukungan dan doa. Semua Pihak yang telah membantu dan mendukung terselesaikannya Tugas Akhir Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih banyak kekurangan, Dengan penuh harap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga memberikan mandaat bagi kita semua.

Surakarta, 27 Agustus 2024



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJUAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori.....	6
B. Penelitian Terdahulu	10
C. Kerangka Pemikiran.....	14
D. Hipotesis.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	18
B. Tempat dan Waktu	18
C. Sumber Data.....	18
D. Populasi dan Sampel	19
E. Teknik Pengumpulan Data.....	20
F. Definisi Operasional.....	22
G. Teknik Analisis Data.....	23
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Hasil Penelitian	28
B. Karakteristik Responden	29

C. Uji Validitas	31
D. Uji Reliabilitas Data.....	34
E. Uji Asumsi Klasik.....	35
F. Uji Hipotesis	37
G. Pembahasan.....	41
BAB V PENUTUP.....	43
A. Kesimpulan.....	43
B. Saran	43
C. Keterbatasan Penelitian	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah PTN dan PTS.....	2
Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Aktif di Universitas Sugeng Hartono	3
Tabel 3. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4. Definisi Operasional	22
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	30
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Faktor Harga	32
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Faktor Fasilitas.....	32
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Faktor <i>Brand Image</i>	33
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Faktor Keputusan Mahasiswa	33
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas.....	36
Tabel 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas	37
Tabel 15. Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
Tabel 16. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	39
Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	14
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	49
Lampiran 2. Tabulasi Data	54
Lampiran 3. Hasil Olah Data.....	57

ABSTRAK

FAKTOR HARGA, FASILITAS DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI DI UNIVERSITAS SUGENG HARTONO.

Kebutuhan Pendidikan merupakan suatu hal penting bagi manusia di zaman sekarang, dengan adanya pendidikan dapat mencetak sumber daya manusia yang berkualitas disegala bidang. Terdapat banyak sekali perguruan tinggi baik negeri maupun swasta yang berlomba memberikan kualitasnya untuk membangun bangsa. Penelitian ini bertujuan yaitu untuk mengetahui apakah faktor – faktor harga, fasilitas dan *brand image* mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih suatu perguruan tinggi yang akan ditempuh nya untuk mencari ilmu. Salah satu perguruan tinggi yaitu Universitas Sugeng Hartono. Perolehan sampel data didapat dengan menyebarkan kuesioner secara online ke mahasiswa Universitas Sugeng Hartono dengan populasi 304 mahasiswa dan sampel penelitian 173 responden berdasarkan rumus *slovin*, Analisis data memakai metode uji kualitas/instrumen data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program *IBM SPSS Statistis 22*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa, Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa, *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa.

Kata Kunci : Harga, Fasilitas, Brand Image, Keputusan Mahasiswa

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE, FACILITIES AND BRAND IMAGE ON STUDENT'S DECISION IN CHOOSING SUGENG HARTONO UNIVERSITY

Education is a crucial need for people in today's world, as it helps to develop quality human resources in various fields. Numerous higher education institutions, both public and private, compete to provide quality education to build the nation. This study aims to determine whether factors such as price, facilities, and brand image influence students' decisions in choosing a higher education institution for their studies. One such institution is Universitas Sugeng Hartono. Data samples were obtained by distributing an online questionnaire to students of Universitas Sugeng Hartono, with a population of 304 students and a research sample of 173 respondents based on Slovin's formula. Data analysis was conducted using quality/instrument data tests, classical assumption tests, and hypothesis tests with the assistance of IBM SPSS Statistics 22. The results of this study indicate that price does not have a significant effect on students' decisions, facilities do not have a significant effect on students' decisions, and brand image has a significant effect on students' decisions.

Keywords: Price, Facilities, Brand Image, Student Decision.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi, masyarakat umum semakin menghadapi tantangan persaingan khususnya dalam bidang pendidikan, serta dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, pendidikan sangat diperlukan bagi manusia, sehingga dapat mengembangkan potensinya melalui proses pembelajaran dan cara-cara lain yang dikenal masyarakat. Pendidikan pada hakikatnya adalah upaya sadar masyarakat dan pemerintah pada negara yang bertujuan menjamin kelangsungan hidup dan kehidupan generasi penerus bangsa yang berkaitan dengan berbagai aspek baik yang bersifat kognitif, emosional maupun psikomotorik (Adelya Azhari et al., 2024). Sistem Pendidikan Nasional menyatakan “Pendidikan dapat diartikan sebagai suatu upaya yang secara sengaja dan terencana dilakukan untuk menciptakan suasana belajar dan proses pembelajaran yang memungkinkan peserta didik secara aktif mengembangkan potensi mereka. Tujuan dari pendidikan adalah agar mereka memperoleh kekuatan spiritual, kemampuan pengendalian diri, kepribadian yang positif, akhlak yang baik, serta keterampilan yang diperlukan untuk diri mereka sendiri, masyarakat, bangsa, dan negara.” (Undang - Undang No. 14, Tahun 2022 Tentang Pendidikan, n.d.)

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan dan organisasi, Di lingkup pendidikan Perguruan tinggi ikut serta juga berlomba untuk mencari calon mahasiswa, perguruan tinggi saat ini berupaya meningkatkan kualitasnya dengan memanfaatkan keunggulan yang dimilikinya. Terdapat banyak perguruan tinggi negeri maupun swasta, yang menyediakan beragam jurusan dan program studi., berikut data berdasarkan Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI) Wilayah VI:

Tabel 1. Jumlah PTN dan PTS
di Jawa Tengah (PDDIKTI Wilayah VI) Tahun 2024

No.	Bentuk Perguruan Tinggi	Jumlah
1.	Universitas	71
2.	Institut	14
3.	Sekolah Tinggi	71
4.	Akademi	41
5.	Politeknik	34
6.	Akademi Komunitas	6
Total		237

Sumber : (Sumber: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/pt>)

Dari total 237 perguruan tinggi negeri dan swasta tersebut, dapat dilihat dari kategori perguruan tinggi terdapat 71 universitas, 14 institut, 71 sekolah tinggi, 41 akademi, 34 politeknik, serta 6 akademik komunitas. Banyaknya kampus perguruan tinggi negeri dan swasta yang ada memberikan berbagai opsi program studi untuk calon mahasiswa. Mereka yang memilih untuk melanjutkan pendidikan ke tingkat tinggi akan dihadapkan pada beragam pilihan dan pertimbangan, seperti jenis perguruan tinggi, jenis pendidikan, dan program studi yang tersedia. Memutuskan untuk melanjutkan ke pendidikan tinggi juga berarti harus mengorbankan potensi keuntungan yang dapat diperoleh jika seseorang memilih untuk langsung memasuki dunia kerja.

Menurut Adam & Hariyanto, (2023) Setiap calon mahasiswa harus memilih perguruan tinggi dan jurusan yang sesuai dengan peminatan tenaga kerja serta kemampuan pribadi. Dengan demikian setelah lulus mereka diharapkan dapat langsung menerapkan ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh.

Universitas Sugeng Hartono (USH) salah satu Perguruan Tinggi Swasta di Solo Baru Sukoharjo yang berdasarakan kependidikan. Universitas Sugeng Hartono memiliki dua fakultas yaitu pertama yaitu Fakultas Teknologi, Hukum dan bisnis.

Dan yang kedua fakultas pangan dan ilmu Kesehatan. Dengan dua fakultas yang terdapat di Universitas Sugeng Hartono, terdapat enam jurusan atau program studi S1 antara lain: Informatika, Bisnis Digital, Hukum Bisnis, Manajemen Bisnis Internasional, Teknologi Pangan dan Gizi. Universitas Sugeng Hartono perguruan tinggi yang masih baru, Sebelum berubah bentuk menjadi universitas nama perguruan tinggi ini adalah Institut Teknologi Sains dan Kesehatan Sugeng Hartono (ITSK SH). Perguruan Tinggi Swasta ini di bawah naungan Yayasan Indriati dan berdiri sejak pada tahun 2021 Setelah beroperasi selama tiga tahun, perguruan tinggi ini mengubah namanya menjadi Universitas berdasarkan keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor: 203/E/O/2024 pada tanggal 8 Maret 2024.

Berikut disajikan tabel jumlah mahasiswa aktif yang ada di Universitas Sugeng Hartono berdasarkan tahun akademik dan program studi:

Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Aktif di Universitas Sugeng Hartono Tahun 2024

No.	Tahun Akademik	Program Studi (S1)			Total
		Informatika	Bisnis Digital	Gizi	
1.	2021/2022	6	9	7	22
2.	2022/2023	25	58	32	115
3.	2023/2024	35	80	52	167
Total		66	147	91	304

(Sumber: Data Akademik Universitas Sugeng Hartono)

Berdasarkan tabel tersebut terlihat jumlah selisih mahasiswa di tahun 2021/2022 dengan tahun akademik berikutnya cukup jauh. Data tabel tersebut menunjukkan bahwa ada kenaikan yang signifikan di tiap tahunnya baik itu program studi S1 Informatika, Bisnis Digital dan Gizi. Kenaikan jumlah mahasiswa yang sangat signifikan pada Universitas Sugeng Hartono memberikan sinyal positif dan hal tersebut di duga ada beberapa factor yang menjadi USH menjadi pilihan calon mahasiswa baru untuk menempuh jenjang perguruan tinggi. Faktornya antara lain harga, fasilitas dan *brand image*. Tiga faktor yang dipilih untuk diteliti terkait

dengan keputusan melanjutkan studi adalah Faktor Harga dipilih karena berkaitan tentang biaya yang akan dikeluarkan mahasiswa untuk menempuh Pendidikan, Faktor fasilitas dipilih karena berkaitan dengan kemudahan mahasiswa dalam menempuh Pendidikan yang menunjang. sedangkan fasilitas *brand image* dipilih karena terkait dengan citra, nama, dan kualitas perguruan tinggi. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan studi dengan judul “Pengaruh Faktor Harga, Fasilitas, dan Brand Image Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas Sugeng Hartono.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam melanjutkan studi di Universitas Sugeng Hartono?
2. Apakah faktor fasilitas berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam melanjutkan studi di Universitas Sugeng Hartono?
3. Apakah faktor *brand image* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam melanjutkan studi di Universitas Sugeng Hartono?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh faktor harga terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi di Universitas Sugeng Hartono
2. Mengetahui pengaruh faktor fasilitas terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi di Universitas Sugeng Hartono
3. Mengetahui pengaruh faktor *brand image* terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi di Universitas Sugeng Hartono.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, informasi dan wawasan di bidang Pendidikan dengan faktor harga, fasilitas dan *brand image* dalam memilih perguruan tinggi. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain:

- a. Bagi Penulis Sebagai upaya untuk memperluas pengalaman dan pengetahuan terutama mengenai isu-isu yang berkaitan dengan faktor harga, fasilitas, dan citra merek dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.
- b. Bagi Perguruan Tinggi Universitas Sugeng Hartono
Penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi tentang faktor harga, fasilitas dan *brand image* terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono.
- c. Bagi mahasiswa
Memberikan panduan kepada mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk memilih Perguruan Tinggi, khususnya Universitas Sugeng Hartono, sebagai tempat melanjutkan pendidikan atau menuntut ilmu.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Harga

Menurut Nasution et al., (2020) Harga didefinisikan sebagai sesuatu yang diberikan dalam pertukaran untuk memperoleh barang atau jasa. Secara khusus, harga adalah pertukaran uang untuk barang dan jasa. Bagi konsumen, harga merupakan biaya yang harus dibayar, sementara bagi penjual, harga adalah sumber pendapatan dan keuntungan. Salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh calon siswa saat memilih jurusan adalah biaya pendidikan. Ini mempertimbangkan kemampuan orang tua dan dirinya sendiri untuk membayar kebutuhan mereka selama pendidikan. Harga Pendidikan adalah bagian yang sangat penting dari sistem pendidikan, dan tanpa dukungan biaya, proses pendidikan tidak akan berjalan dengan baik (Amalia & Rizky, 2019). Sedangkan menurut Z. Wulandari et al., (2020) Indikator harga mencakup keterjangkauan harga, daya saing harga, kecocokan harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

2. Fasilitas

Fasilitas berkaitan dengan penyediaan infrastruktur publik yang biasanya dimiliki oleh perusahaan atau organisasi. Semua hal yang mempermudah operasional administratif disebut sebagai fasilitas menurut Wahyuningrum (2004). Alat atau barang yang memudahkan pembelajaran disebut sarana pendidikan. Fasilitas pembelajaran mencakup segala sesuatu yang secara langsung digunakan dan mendukung proses belajar, seperti ruang kelas, buku, perpustakaan, laboratorium, meja, kursi, peralatan, dan media pengajaran. Fasilitas ini juga meliputi sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk menjalankan atau memperlancar kegiatan belajar. Penggunaan sarana pembelajaran harus mempertimbangkan tujuan pembelajaran, metode yang

digunakan, minat siswa, serta kemampuan guru. Ini akan memastikan bahwa sarana pembelajaran digunakan dengan baik (Daulay et al., 2022)

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah pekerjaan dan memperlancar proses mencapai suatu tujuan tertentu dengan indikator Perlengkapan dan peralatan yang berkualitas bagus menurut (Minarti, 2018). (Winario & Zakir, 2022) (Winario & Zakir, 2022) Fasilitas yang tersedia di perguruan tinggi mencakup berbagai elemen yang mendukung proses belajar mengajar dan diharapkan dapat meningkatkan motivasi mahasiswa. Terdapat enam indikator fasilitas pendidikan, yaitu:

- a) Kampus yang meliputi ruang kelas, kantor administrasi, kantor akademik, serta area hijau yang nyaman untuk belajar.
- b) Perpustakaan yang berfungsi sebagai pusat pengetahuan dengan berbagai referensi, jurnal, buku, media massa, dan akses internet.
- c) Laboratorium yang menyediakan tempat untuk praktik dan pelatihan keterampilan sesuai dengan bidang studi.
- d) Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang penting untuk kelancaran komunikasi antar pengguna layanan, serta mendukung proses administrasi dan pengambilan keputusan berbasis data. Selain itu, mahasiswa diharapkan mahir menggunakan komputer untuk memperluas pengetahuan.
- e) Pusat yang berfungsi untuk mengembangkan berbagai aspek, seperti pusat penelitian, pusat sumber belajar, pusat bahasa, pusat kewirausahaan, dan lain-lain.
- f) Fasilitas tambahan seperti asrama mahasiswa, klinik, kantin, tempat ibadah, dan ruang untuk kegiatan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM).

3. Brand Image

Seperti yang dinyatakan oleh (Simamora, 2008) citra merek terdiri dari keyakinan kolektif tentang merek. Menurut Aaker (dalam buku Simamora,

2008:96), citra merek memiliki arti kumpulan asosiasi unik yang ingin diciptakan dan dipelihara oleh pemasar. Gambar merek, atau gambar merek, dalam hal ini adalah gambar dari suatu sekolah tinggi atau universitas. Jika suatu perguruan tinggi memiliki pencitraan yang baik, maka perguruan tinggi tersebut akan dipandang baik oleh pelanggan. Selanjutnya, pandangan positif ini akan membuat pelanggan percaya bahwa perguruan tinggi tersebut memiliki kualitas yang baik. Sedangkan menurut Nurdin et al., (2020) bahwa merek atau *brand image* Merupakan sekumpulan ciri-ciri baik yang tampak maupun yang tidak tampak, seperti ide, keyakinan, nilai, minat, dan atribut lainnya yang membuatnya berbeda dan khas. Dengan *brand image* yang baik dan positif, seharusnya sebuah universitas mampu menarik mahasiswa baru dalam jumlah besar. Indikator pada brand image menurut (S. E. Wulandari et al., 2019) yaitu Kekuatan (*strengthness*), Keunikan (*uniqueness*), Kemampuan mengingat (*Favourable*).

4. Keputusan Mahasiswa

Pemasaran harus fokus pada keseluruhan pada proses keputusan pembelian, tidak hanya pada proses pembelian, dan ini juga berlaku untuk pemasaran kampus perguruan tinggi. Dalam proses pemasaran, penting untuk mempertimbangkan bagaimana calon mahasiswa membuat keputusan dalam memilih universitas. Hal ini terkait dengan minimnya pemahaman mereka mengenai proses pemilihan universitas. Oleh karena itu, Keputusan dalam pemilihan ini dianggap sebagai keputusan pembelian karena terkait dengan proses konsumen dalam memilih produk atau jasa tertentu. Keputusan pembelian menurut Leon G et al., (2007) adalah “Pemilihan di antara dua atau lebih alternatif dalam keputusan pembelian berarti seseorang dapat membuat pilihan, dan harus ada beberapa opsi alternatif yang tersedia. Keputusan pembelian berhubungan erat dengan rencana konsumen mengenai tempat di mana mereka akan membeli produk yang dibutuhkan. Pemasar, sebagai pihak

yang menawarkan berbagai produk kepada konsumen, perlu menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam memilih lokasi pembelian produk mereka.” Keputusan pembelian dipengaruhi oleh proses pengambilan keputusan yang terdiri dari lima tahap, yang dimulai jauh sebelum konsumen melakukan pembelian. Meskipun model ini menunjukkan bahwa konsumen biasanya melewati semua tahap tersebut saat membeli produk, hal ini tidak selalu terjadi, terutama dalam pembelian dengan keterlibatan rendah. Dalam kasus seperti itu, konsumen mungkin melewatkan atau mengulangi beberapa tahap tertentu. Tahapan proses keputusan pembelian menurut Purnama Sari & Soliha, (2021) antara lain :

- a) Pengenalan masalah terjadi ketika proses pembelian dimulai karena pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang perlu dipenuhi.
- b) Pencarian informasi adalah tahap di mana konsumen, dipicu oleh stimulus dari media atau sumber informasi lainnya, berusaha mencari data atau detail tambahan.
- c) Evaluasi alternatif merupakan tahap di mana pembeli berusaha mengurangi ketidakpastian mereka dengan membaca berbagai iklan atau melakukan pencarian informasi, baik secara internal maupun eksternal.
- d) Calon pembeli perlu membuat keputusan pembelian, yang bisa melibatkan memilih salah satu dari beberapa alternatif yang tersedia atau memutuskan untuk tidak melakukan pembelian sama sekali.
- e) Pasca pembelian dan evaluasi dilakukan dengan asumsi bahwa pengambil keputusan juga merupakan pengguna produk. Dalam hal ini, masalah kepuasan atau ketidakpuasan terhadap pembelian dapat muncul.

Faktor dari orang tua, teman sebaya dan kepribadian individu adalah beberapa dari banyak variabel yang dapat mempengaruhi kemajuan karir seseorang, termasuk dalam memilih jurusan berdasarkan teori (Sudarwan Danim, 2004) Namun penelitian yang dilakukan, Indikator keputusan mahasiswa menurut Alfarizi et al., (2022) yaitu Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi dan Evaluasi

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kondisi nyata di lapangan dengan teori-teori yang ada. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian-penelitian sebelumnya, antara lain:

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

NO	Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Hasil
1	(Adam & Hariyanto, 2023)	Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Pendidikan Strata-1 Ekonomi Islam Universitas Diponegoro	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sarana dan prasarana serta reputasi memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih program studi. Namun, variabel biaya kuliah dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih program studi Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) Universitas Diponegoro Semarang.

NO	Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Hasil
2	(Kadek Eni Juniari et al., 2022)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Program Studi Diploma III Manajemen Tata Hidangan di Politeknik Pariwisata Bali	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari enam faktor yang diteliti, mayoritas responden menilai faktor karir sebagai pertimbangan utama dalam memilih program studi MTH di Poltekpar Bali, sementara faktor lingkungan keluarga dianggap sebagai pertimbangan terendah. Selain itu, terdapat tujuh kebijakan strategis yang dapat diterapkan oleh manajemen Poltekpar Bali untuk meningkatkan keputusan masyarakat, terutama lulusan SMU dan SMK, dalam memilih Program Studi MTH di Poltekpar Bali sebagai pilihan utama. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan kebijakan dalam strategi pengelolaan dan pengembangan Program Studi MTH di Poltekpar Bali.
3	(Sawaji et al., 2010)	Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Sulawesi Selatan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Biaya Pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra perguruan

NO	Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Hasil
			tinggi swasta, motivasi, sikap, dan pengambilan keputusan; (2) Kelompok rujukan berdampak positif dan signifikan terhadap motivasi, sikap, dan pengambilan keputusan; (3) Komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perguruan tinggi swasta dan pengambilan keputusan, tetapi tidak signifikan terhadap motivasi dan sikap; (4) Citra perguruan tinggi swasta mempengaruhi motivasi, sikap, dan pengambilan keputusan secara positif dan signifikan; (5) Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan pengambilan keputusan; (6) Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta di Sulawesi Selatan.
4	(Minarti, 2018)	Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Fasilitas Kampus Terhadap Minat Mahasiswa Studi Lanjut ke Strata Dua (S2) Studi pada STIE Lamappapoleondri Soppeng	Dalam penelitian ini, variabel independen seperti persepsi, motivasi, dan fasilitas kampus berpengaruh terhadap minat

NO	Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Hasil
			mahasiswa untuk melanjutkan studi ke jenjang strata dua.
5	(Saputro, 2017)	Analisis Faktor – factor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi	Hasil penelitian adalah: (1) faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Pendidikan Matematika dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keluarga, teman sejawat, kepribadian calon mahasiswa, sekolah asal, citra kampus, dan prospek lapangan kerja. Selain itu, faktor-faktor tersebut secara bersamaan memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih program studi. Di antara faktor-faktor tersebut, citra kampus dan prospek lapangan kerja adalah yang paling berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih program studi.

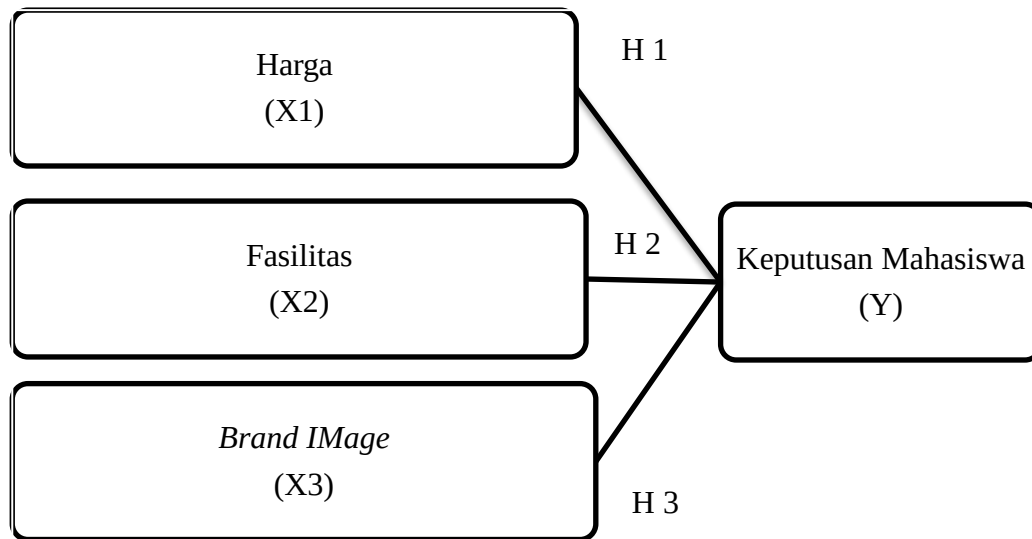
Sumber : Penelitian terdahulu

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah sebuah model konseptual yang menggambarkan bagaimana teori-teori terkait faktor-faktor yang diidentifikasi sebagai masalah

penting saling berinteraksi. Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh faktor harga, fasilitas, dan citra merek terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan gambar diatas terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Maka penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk mengetahui pengaruh faktor harga, fasilitas dan *brand image* terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam konteks penelitian ilmiah, variabel ini dianggap sebagai hasil dari perubahan pada variabel lain Akbar et al., (2023). Dalam penelitian ini, variabel dependen yang dimaksud adalah Keputusan Mahasiswa (Y).

2. Variabel Independen

Variabel independen, atau variabel bebas, adalah variabel yang menyebabkan perubahan atau mempengaruhi variabel dependen. Variabel bebas dapat dipahami sebagai kondisi atau nilai yang, ketika ada, akan memengaruhi

atau mengubah kondisi atau nilai lainnya (Akbar et al., 2023). Dalam penelitian ini, variabel independen yang dimaksud adalah Harga (X1), Fasilitas (X2), dan Citra Merek (X3).

D. Hipotesis

Hipotesis ini merupakan jawaban awal terhadap pertanyaan-pertanyaan yang dirumuskan dalam penelitian. Jawaban ini bersifat sementara karena hanya didasarkan pada teori yang relevan dan belum didukung oleh data empiris yang dikumpulkan. Hipotesis nol, yang mengindikasikan tidak adanya pengaruh, dilambangkan dengan H_0 , sedangkan hipotesis alternatif, yang mengindikasikan adanya pengaruh, dilambangkan dengan H_a . Berikut adalah uraian hipotesis dalam penelitian ini:

1. **H_a :** Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono (Y)

H_0 : Harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono (Y)

Didukung dengan penelitian terdahulu Menurut (Veybitha, 2017) Biaya kuliah yang ditetapkan oleh perguruan tinggi swasta harus sesuai dengan keuntungan yang diperoleh mahasiswa dan fasilitas yang ada harus berfungsi untuk mendukung proses pendidikan.

2. **H_a :** Fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono (Y)

H_0 : Fasilitas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono (Y).

Didukung dengan penelitian terdahulu Menurut (S. E. Wulandari et al., 2019) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah turut menunjukkan bahwa dengan meningkatkan fasilitas maka akan mampu meningkatkan keputusan mahasiswa memilih kuliah.

3. **H_a :** *Brand Image* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono (Y)

Ho: *Brand Image* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono (Y).

Didukung dengan penelitian terdahulu yaitu Citra merek adalah proses di mana seseorang memilih, menyusun, dan menafsirkan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti. Citra merek juga dapat dipahami sebagai representasi dalam ingatan mengenai suatu merek, yang mencakup persepsi konsumen terhadap atribut, keunggulan, penggunaan, situasi, pengguna, serta karakteristik pemasar atau pembuat produk atau merek tersebut S. E. Wulandari et al., (2019).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data pada penelitian di atas terkait analisis “Faktor harga, fasilitas dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono”, maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono.
2. Faktor Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono.
3. Faktor *Brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Universitas Sugeng Hartono.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian diatas, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Universitas
 - a. Biaya pendidikan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Oleh karena itu, Universitas Sugeng Hartono diharapkan dapat memudahkan calon mahasiswa dan mahasiswa dalam melakukan pembayaran biaya pendidikan, seperti SPI, uang gedung, dan biaya kuliah lainnya, dengan tetap memberikan opsi pembayaran secara angsuran. Universitas Sugeng Hartono juga diharapkan dapat memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan biaya yang ditawarkan kepada calon dan mahasiswa yang sudah terdaftar. Universitas Sugeng Hartono perlu tetap mengembangkan

fasilitas baik fasilitas umum maupun akademik di lingkungan kampus yang bertujuan untuk mendukung kegiatan belajar mengajar dan riset.

- b. Variabel *Brand Image* memberikan nilai angka paling besar dalam analisis penelitian ini. Maka berdasarkan hasil penelitian tersebut Universitas Sugeng Hartono perlu mempertahankan *Brand Image* positifnya seperti meningkatkan aspek kualitas dalam pengembangan fasilitas sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan perkuliahan sehingga hal dapat menjadi daya tarik dan dapat meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru disetiap tahunnya.

2. Bagi Mahasiswa

- a) Mahasiswa diharapkan dapat mempertimbangkan berbagai alternatif perguruan tinggi melalui berbagai media informasi sebelum membuat keputusan.
- b) Mahasiswa juga diharapkan memilih perguruan tinggi berdasarkan kesesuaian dengan kebutuhan dan tujuan pribadi, sehingga kesuksesan menjadi tanggung jawab individu.

3. Penelitian Berikutnya

- a) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencakup lebih banyak variabel, seperti prospek lapangan kerja dan motivasi, serta meningkatkan jumlah responden.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti sangat mengakui bahwa ada beberapa kendala yang timbul selama proses penelitian ini, seperti penggunaan metode pengumpulan data online melalui formulir Google, yang dapat mempengaruhi respons yang kurang optimal dari responden terhadap pernyataan yang diajukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, F. H., & Hariyanto, A. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Melanjutkan Pendidikan Strata-1 Ekonomi Islam Universitas Diponegoro. *Akuntan Publik*, Vol. 1, 51–65.
- Adelya Azhari, Y., Assyifa Lubis, N., Yani Dongoran, I., Negeri Medan, U., William Iskandar Ps, J. V, Percut Sei Tuan, K., Deli Serdang, K., & Utara, S. (2024). Impelementasi Pendidikan Karakter pada Peserta Didik di Sekolah Dasar. *Journal on Education*, 06(03), 17210–17217.
- Akbar, R., Siroj, R. A., Win Afgani, M., & Weriana. (2023). Experimental Reseacrch Dalam Metodologi Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2023(2), 465–474. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7579001>
- Alfarizi, A., Alie Juhaini, & Yustini Tien. (2022). Pengaruh Brand Image, Lokasi Kampus dan Dukungan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kota Palembang. *Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 1(2), 31–45.
- Amalia, & Rizky. (2019). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Pendidikan Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi FE UNY*.
- Daulay, S. H., Fitriani, S. F., & Ningsih, E. W. (2022). Pengaruh Fasilitas Sekolah terhadap Kemampuan dan Motivasi Belajar Siswa. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(3), 3731–3738. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i3.2553>
- Hermawati, A. (2023). *Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1>
- Kadek Eni Juniari, N., Nyoman Arcana, I., Mira Astuti Pranadewi, P., Nyoman Gede Agus Jaya Saputra, I., Studi Manajemen Tata Hidangan, P., Pariwisata Bali Jalan Dharmawangsa, P., & Dua, N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Program Studi Diploma III Manajemen Tata Hidangan di Politeknik Pariwisata Bali. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 11(1). <https://doi.org/10.52352/jbh.v11i1.463>
- Leon G, Schiffmman, & Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Consumer Behavior*. https://books.google.co.id/books/about/Consumer_Behavior.html?id=vTRPngEACAAJ&redir_esc=y
- Minarti, A. (2018). *Pengaruh Persepsi, Motivasi Dan Fasilitas Kampus Terhadap Minat Mahasiswa Studi Lanjut Ke Strata Dua (S2) Studi Pada STIE Lamappapoleondro Soppeng*.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Kualitas*

- Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Harga*, Vol. 7 No.1, 43–53.
<https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/viewFile/1528/1501>
- Nurdin, N., Mujahid, & Muin, S. A. (2020). Peran Advertising Strategy, Brand Image Dan Differentiation Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Makassar. *Manajemen*, Vol. 2, Nomor 1, 26–36.
- Pratama Lase. (2019). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi Adri Yeri Pratama Lase. *Science of Management and Students Research Journal*, 1(6), 193–199.
<https://doi.org/10.33087/sms.v1i6.30>
- Purnama Sari, D., & Soliha, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia Di Kota Semarang*.
- Samroni, Sugiono, & Zakhra. (2023). Pengelolaan keuangan pesantren melalui penerapan konsep amanah sebagai pengendalian internal. *Akuntansi Dan Keuangan*, 20, 228–237.
- Santoso, Y., & Priantinah, D. (2016). *Pengaruh Profit Abilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva, Likuiditas Dan Growth Opportunity Terhadap Struktur Modal Perusahaan*. www.bbc.com
- Saputro, M. (2017). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi. In *Jurnal Pendidikan Informatika dan Sains* (Vol. 6, Issue 1).
- Sawaji, J., Hamzah, D., & Taba, I. (2010). *Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Sulawesi Selatan*.
- Simamora, bilson. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Sukoco, Ed.; 1st ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudarwan Danim. (2004). *Motivasi, kepemimpinan dan efektivitas kelompok / Sudarwan Danim* (1st ed.). Rineka Cipta.
- Undang - Undang No. 14, Tahun 2022 Tentang Pendidikan. Retrieved May 24, 2024, from <https://peraturan.go.id/files/pp4-2022bt.pdf>
- Veybitha, Y. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Biaya Kuliah, Lokasi, Bauran Promosi, Kualitas SDM Terhadap Keunggulan Kompetitif PTS Di Kota Palembang* (Vol. 6, Issue 2).
- V.Wiratna Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* . Pustaka Baru Press .
- Winario, M., & Zakir, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kampus Terhadap Kepuasan Mahasiswa Angkatan 2018-2019 Di Institut Teknologi & Bisnis Master Pekanbaru*.
- Wulandari, S. E., Fauzi, A., & Lubis, A. N. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Politeknik LP3I Medan Kampus Medan Baru. *Management*, 3, 369–378.
<https://doi.org/10.25157/mr.v3i3.2907>

Wulandari, Z., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee)*.

LAMPIRAN 1.
KUESIONER PENELITIAN
SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Responden Yth,

Perkenalkan, saya Stevanus Kevin Pramudito mahasiswa program studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang sedang menempuh Tugas Akhir untuk melakukan penelitian dengan judul "**Faktor Harga, Fasilitas dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Di Universitas Sugeng Hartono**". Untuk menunjang kelancaran penelitian ini, saya mohon ketersediaan anda untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebenar-benarnya.

Seluruh data dan identitas yang diberikan saudara/i hanya digunakan untuk penelitian dalam menyelesaikan skripsi dan dijamin kerahasiaannya. Atas Partisipasi, bantuan dan ketersediaan saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Stevanus Kevin Pramudito

Kuisisioner :

**FAKTOR HARGA, FASILITAS DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI DI
UNIVERSITAS SUGENG HARTONO**

Identitas Responden:

Nama :

Prodi :

Semester :

Umur :

Jenis Kelamin :

Petunjuk Pengisian

- 1) Sebelum menjawab pertanyaan, isilah identitas responden terlebih dahulu.
- 2) Bacalah baik-baik setiap pertanyaan di bawah ini.
- 3) Berilah tanda cek (✓) sesuai dengan jawaban pilihan pada salah satu jawaban yang tersedia, yaitu :

Kuesioner terdiri dari beberapa pernyataan, responden cukup menjawab satu dari lima alternatif jawaban yang sudah disediakan.

Deskripsi Jawaban.

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Daftar Pernyataan Kuesioner

A. Variabel Harga (X1)

Keterjangkauan Harga						
No.	Pernyataan	SS	ST	N	TS	STS
1.	Harga atau biaya yang ditawarkan Universitas Sugeng Hartono Sangat Terjangkau					
Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga						
2.	Harga atau biaya di Universitas Sugeng Hartono sudah sesuai dengan kemampuan mahasiswa dalam membayar					
Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan						
3.	Harga atau biaya di Universitas Sugeng Hartono sudah sesuai dengan kualitas pelayanan yang di dapatkan mahasiswa					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
4.	Harga atau biaya di Universitas Sugeng Hartono sudah sesuai dengan manfaat yang di dapat oleh mahasiswa					

B. Variabel Fasilitas (X2)

Ruang kelas, kantor administrasi, kantor akademik, serta ruang hijau yang nyaman sebagai tempat belajar.						
No.	Pernyataan	SS	ST	N	TS	STS
5.	Fasilitas ruang kelas, kantor administrasi, kantor akademik, serta ruang hijau yang nyaman bagi mahasiswa					
Perpustakaan						
6.	Tersedia Fasilitas Perpustakaan yang memadai seperti lengkapnya buku, computer untuk mengakses e-book dan loker untuk menitipkan barang.					
Laboratorium						
7.	Perlengkapan peralatan yang sangat lengkap di laboratorium Universitas Sugeng Hartono					
Teknologi Informasi dan Komunikasi						
8.	Tersedianya fasilitas berupa wifi di seluruh area kampus dan system akademik yang memadai.					
Fasilitas lain, klinik, kantin, tempat ibadah, ruang UKM dan sebagainya.						
9.	Tersedia fasilitas lain seperti Klinik, kantin, tempat ibadah, ruang UKM dan sebagainya yang memadai					

C. Variabel *Brand Image* (X3)

Kekuatan (*strengthness*)

No.	Pernyataan	SS	ST	N	TS	STS
10.	Universitas Sugeng Hartono miliki berbagai beasiswa					

Keunikan (*uniqueness*)

11.	Universitas Sugeng Hartono Memiliki Kelas Internasional					
-----	---	--	--	--	--	--

Kemampuan mengingat

12.	Universitas Sugeng memiliki tagline yaitu “Adaptif – Kreatif – Mandiri” yang mudah diingat					
-----	--	--	--	--	--	--

D. Variabel Keputusan Mahasiswa (Y)

Pengenalan Kebutuhan

No.	Pernyataan	SS	ST	N	TS	STS
13.	Universitas Sugeng Hartono menyediakan pembelajaran sesuai dengan kebutuhan masa kini.					

Pencarian Informasi

14.	Saya mendapatkan informasi terkait Universitas Sugeng Hartono melalui media social dan brosur					
-----	---	--	--	--	--	--

Evaluasi

No.	Pernyataan	SS	ST	N	TS	STS
15.	Universitas Sugeng Hartono memberikan pelayanan pengajaran yang baik					