

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS
PENDIDIKAN, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN MAHASISWADALAM
MENEMPUH PENDIDIKAN DI PROGRAM
INTERNASIONALUMS**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

Rifqi Nur Azis

B100156004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PENDIDIKAN, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DALAM MENEMPUH
PENDIDIKAN DI PROGRAM INTERNASIONAL UMS**

Yang ditulis dan disusun oleh:

RIFOI NUR AZIS

B100156004

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 02 Februari 2019

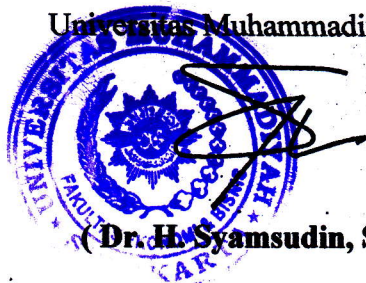
Pembimbing Utama



(Soepatini, S.E.,M.Si.,Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E.,M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Rifqi Nur Azis**

NIM : **B100156004**

Jurusan : **Manajemen**

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Pendidikan, dan Promosi terhadap Kepuasan Mahasiswa dalam Menempuh Pendidikan di Program Internasional UMS**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 02 Februari 2019

Yang membuat pernyataan,

(Rifqi Nur Azis)

MOTTO

“ Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah mengetahui terhadap apa yang kamu kerjakan”

(QS. Al-Hasyr 18)

“Wahai orang-orang yang beriman! Mohonlah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan sholat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar”

(QS. Al- Baqarah 153)

“ Di dalam sebuah kehidupan ada tujuan yang ingin dicapai maka bersemangatlah dalam mewujudkan tujuan tersebut dan selalu libatkan Allah di setiap hal. Maka engkau akan diberikan kemudahan disetiap jalanmu”

(Rifqi Nur Azis)

“ Berkumpullah dengan orang-orang baik maka kebaikan-kebaikan akan datang kepadamu. Dan jangan pernah berkumpul dengan orang-orang yang tidak baik, karena orang-orang tersebut akan membawamu kedalam keburukan”

(Rifqi Nur Azis)

“ Tak perlu mencari seseorang yang sempurna, cukup temukan orang yang selalu membuatmu bahagia dan membuatmu berarti lebih dari siapapun “

(BJ. Habibie)

“ Keberkahan hidup bukan terletak dari seberapa besarnya harta yang kita miliki tetapi seberapa besar kita bisa mensyukuri harta yang kita miliki”

(Rifqi Nur Azis)

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Kuasa, sebuah karya kecil ini penulis persembahkan dengan setulus hati kepada:

1. Bapak saidi tercinta selaku orang tua saya yang memberikan banyak hal kepada saya baik prinsip hidup, cara berbicara didepan umum, dan gaya kepemimpinan yang baik.
2. Ibu Sri Lestari tercinta selaku orang tua saya yang sangat menyayangi saya dan selalu memotivasi serta mendoakan untuk keberhasilan anaknya.
3. Dek Rizka Nur Rahma adeku tercinta yang bandel tetapi sangat sayang kepada kakaknya.
4. Simbah Mulyadi dan Marni tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan motivasinya.
5. Keluarga besar simbah Atmo Suwito yang memberikan semangat dan doa.
6. Dek Annisa Wahyuningtyas wanita yang selalu memberikanku semangat, memotivasi untuk meraih hasil yang lebih, dan selalu sabar ketika aku marah.
7. Sahabat-sahabatku tercinta Rizky, Shogi, Wangsit, dan Oktavia yang selalu ada ketika senang dan sedih.
8. Teman-teman seperjuangan divisi manajemen pemasaran hendry wahyu, bagus satriadi, fernanda, nuryuliana devi, dan henida yang selalu menemani perjuangan saya.
9. Teman-teman seperjuangan manajemen kelas k tercinta.

ABSTRACT

This study aims to (1) Analyze the effect of prices on student satisfaction in the UMS international program, (2) Analyze the influence of brand image on student satisfaction in UMS international programs, (3) Analyze the effect of quality education on UMS international student satisfaction, (4) Analyze influence promotion of the satisfaction of UMS international program students.

The type of research used in this research is quantitative causal (cause and effect). Research variables include Price, Brand Image, Quality of Education, Promotion, and Student Satisfaction in the UMS International Program. The population in this study were students of the UMS international program in 2018. The sample in this study were 72 respondents who were taken using Qouta Sampling and Convenience with data collection methods using a questionnaire. The analysis used is Validity and Reliability Test, Normality Test, Kedastisitas Test, Multicollinearity Test, and Multiple Linear Regression Analysis. The data in this study were processed using SPSS 20 for Windows.

The results of the study using the T Test show that Price (X1) partially has a non-significant effect on Student Satisfaction in the UMS International Program (Y), Brand Image (X2) partially has a significant influence on UMS International Program Student Satisfaction (Y), Quality Education (X3) partially has a non-significant effect on Student Satisfaction UMS (Y), and Promotion (X4) International Program partially has a non-significant effect on Student Satisfaction UMS International Program (Y). Then the results of the study using the F Test show that the Price, Brand Image, Quality of Education, and Promotion simultaneously or jointly influence the Student Satisfaction of the UMS International Program.

Keywords: Price, Brand Image, Quality of Education, Promotion, Student Satisfaction UMS International Program.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan mahasiswa program internasional UMS, (2) Menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan mahasiswa program internasional UMS, (3) Menganalisis pengaruh kualitas pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa program internasional UMS, (4) Menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan mahasiswa program internasional UMS.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif yang bersifat kausal (sebab akibat). Variabel penelitian meliputi Harga, Citra Merek, Kualitas Pendidikan, Promosi, dan Kepuasan Mahasiswa Program Internasional UMS. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program internasional UMS angkatan 2018. Sampel pada penelitian ini sebanyak 72 responden yang diambil dengan menggunakan *Quota Sampling dan Convenience* dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Multikolinieritas, dan Analisis Regresi Linier Berganda. Data pada penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS 20 for Windows.

Hasil penelitian menggunakan Uji T menunjukkan bahwa Harga (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Internasional UMS (Y), Citra Merek (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Internasional UMS (Y), Kualitas Pendidikan (X3) secara parsial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Internasional UMS (Y), dan Promosi (X4) secara parsial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Internasional UMS (Y). Kemudian hasil penelitian menggunakan Uji F menunjukkan bahwa Harga, Citra Merek, Kualitas Pendidikan, dan Promosi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Internasional UMS.

Kata Kunci : *Harga, Citra Merek, Kualitas Pendidikan, Promosi, Kepuasan Mahasiswa Program Internasional UMS*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrohim

Assalamu'alaikum wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Pendidikan, dan Promosi terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Internasional UMS”. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasullullah Muhammad SAW yang dengan perjuangannya telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia untuk mencapai ridhonya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Soepatini, S.E, M.Si, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Anton Agus S, S.E, M.Si selaku pembimbing akademis yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya jurusan manajemen yang rela membimbing dan membagi ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Bapak dan ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan yang tiada bosan memberikan dukungan baik baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasihati demi keberhasilan penulis.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang penulisan semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Surakarta, 02 Februari 2019



(Rifqi Nur Azis)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Pengertian Pemasaran (Marketing).....	11
B. Perilaku Konsumen.....	12
C. Kepuasan Pelanggan.....	13
D. Harga.....	16
E. Citra Merek	18
F. Kualitas Pendidikan.....	20
G. Promosi	21

H.	Penelitian Terdahulu	22
I.	Hipotesis.....	26
J.	Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
A.	Jenis Penelitian	32
B.	Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel.....	32
C.	Data dan Sumber Data	36
D.	Metode Pengumpulan Data	36
E.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
F.	Metode Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		47
A.	Sejarah Singkat Program Internasional UMS	47
B.	Karakteristik Responden	48
C.	Analisis Data	58
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V PENUTUP		74
A.	Kesimpulan	74
B.	Keterbatasan Penelitian.....	75
C.	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN		80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Program Internasional	2
Tabel 1.2. Jumlah Mahasiswa Program Internasional	3
Tabel 3.1. Proporsi Setiap Program Studi	35
Tabel 3.2. Definisi Operasional Dan Variabel.....	38
Tabel 4.1. Jumlah Mahasiswa Program Internasional	48
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	51
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal SMA	52
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku.....	53
Tabel 4.7. Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	54
Tabel 4.8. Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	55
Tabel 4.9. Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pendidikan	56
Tabel 4.10. Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi	57
Tabel 4.11. Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan ...	58
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.14. Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.15. Hasil Uji Heterokedastisitas	63
Tabel 4.16. Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.17. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	65
Tabel 4.18. Hasil Uji t.....	66
Tabel 4.19. Hasil Uji F	68
Tabel 4.20. Hasil Uji R^2	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	13
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	31