

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN SISWA  
MEMILIH LEMBAGA PENDIDIKAN SMK YASPI  
KABUPATEN BOGOR**

**TUGAS AKHIR**

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Jurusan Manajemen Pemasaran  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**MOCHAMAD YATMA MULADY  
NIM: 2432000253**



**PROGRAM DIPLOMA III  
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK  
2023**



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
SISWA MEMILIH LEMBAGA PENDIDIKAN SMK YASPI  
KABUPATEN BOGOR**

Oleh:

Nama : MOCHAMAD YATMA MULADY  
NIM : 2432000253  
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 22 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Sugiharto, S.H., M.M

Menyetujui,  
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, S.E

Mengesahkan,  
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. DR. Sri Gambir Melati Hatta S.H



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK

Tugas Akhir Berjudul

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN SISWA  
MEMILIH LEMBAGA PENDIDIKAN SMK YASPI KABUPATEN  
BOGOR**

Oleh:

Nama : MOCHAMAD YATMA MULADY  
NIM : 2432000253  
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Tugas Akhir, Pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 22 Agustus 2023  
Waktu : 17.00 – 18.00

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Tugas Akhir

Ketua : Mega Indah Edityawati SE, MM

Anggota : Aldi Friyatna Dira SE, MM

( ..... )  
( ..... )

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, S.E.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MOCHAMAD MYATMA MULADY  
NIM : 243200253  
Jurusan : Manajemen Pemasaran  
Nomor KTP : 3271047706020006  
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 11 Juni 2002  
Alamat : JL Wanajaya RT 001/003 Desa Pasir Jaya  
Kecamatan Bogor Barat Kota Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Siswa Memilih Lembaga Pendidikan SMK YASPI Kabupaten Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan Tugas Akhir ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 22 Agustus 2023  
Peneliti

MOCHAMAD YATMA MULADY

## ABSTRAK

### **MOCHAMAD YATMA MULADY. NIM 2432000253. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK YASPI**

---

Pendidikan dianggap sebagai salah satu bagian didalam pengembangan Sumber Daya Manusia yang unggul, berkarakter, berkualitas serta berdaya saing sebagai langkah untuk memajukan peradaban sebuah bangsa. Semangat tersebut kemudian diterjemahkan oleh para pegiat pendidikan untuk mendirikan lembaga pendidikan dalam rangka membantu pemerintah untuk pemerataan akses pendidikan yang mudah, murah, dan berkualitas. Banyaknya jumlah lembaga pendidikan di masyarakat ini kemudia memberikan berbagai alternatif pilihan bagi siswa untuk menentukan lembaga pendidikan mana yang sesuai Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Siswa Memilih Lembaga Pendidikan SMK YASPI. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 68 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana

Hasil *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa 48,70% faktor-faktor keputusan membeli dapat dijelaskan oleh citra merek sedangkan sisanya 51,30% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan lembaga pendidikan SMK YASPI dengan nilai hasil analisis  $t_{hitung}$  (3,887) dimana  $t_{tabel}$  (1,670) maka secara parsial variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa memilih SMK YASPI.

dengan minat, bakat, dan cita-cita dimasa depan. Didalam proses seleksi berbagai alternatif tersebut, terdapat banyak faktor yang menjadi dasar pemilihan lembaga pendidikan nantinya.

**Kata Kunci : Citra Merek, Keputusan Pembelian, SMK YASPI**

## **ABSTRACT**

**MOCHAMAD YATMA MULADY. NIM 2432000253. *The Influence of Brand Image on Students' Decision to Choose SMK YASPI.***

---

*Education is considered as one part of the development of superior human resources, character, quality and competitiveness as a step to advance the civilization of a nation. The spirit was then translated by education activists to establish educational institutions in order to help the government to equalize access to education that is easy, cheap, and quality. The large number of educational institutions in this community then provides a variety of alternative options for students to determine which educational institutions are suitable for future interests, talents, and ideals. In the selection process of various alternatives, there are many factors that become the basis of the selection of educational institutions later.*

*The purpose of this study is to find out and analyze the Influence of Brand Image on Student Decisions on Choosing Educational Institutions SMK YASPI. The type of research used is explanatory research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is simple linear regression analysis. Sample selection is done by purposive sampling. The sample numbered 68 respondents, using a simple linear regression analysis*

*The results of Adjusted R Square show that 48,70% of buying decision factors can be explained by brand image while the remaining 51,30% is explained by other factors not examined in this study. The results of the t test show that the brand image variable has a positive and significant effect on the decision to choose an educational institution for SMK YASPI with the value of the analysis result  $t_{count}$  (3,887) where  $t_{table}$  (1,670) then partially the brand image variable has a positive and significant effect on students' decisions to choose SMK YASPI.*

**Keywords: Brand Image, Purchasing Decision, SMK YASPI**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karenaberkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, dengan izin-Nya dan setitik ilmu pengetahuan yang dipinjamkan kepada makhluk-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW serta kepada segenapkeluarganya, para sahabatnya, dan seluruh kaum mukmin yang mengikuti Sunnahnya sampai hari kiamat dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Siswa Memilih Lembaga Pendidikan SMK YASPI Kabupaten Bogor ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Ahli Madya Program Diploma III Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc., M.AP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI inidengan baik.
2. Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Dian Rusmana, SE selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini.
4. Bapak Sugiharto, SH, MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun tugas akhir.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama tiga tahun dengan penuh suka cita.
8. Ibunda Ramayanti Wijaya tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan tugas akhir ini dengan baik.
9. Ibu Tuti Alawiyah S. Pd selaku Kepala SMK YASPI yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 22 Agustus 2023  
Peneliti

MOCHAMAD YATMA MULADY  
NIM: 2432000253

## DAFTAR ISI

|                                           |      |
|-------------------------------------------|------|
| LEMBAR JUDUL .....                        | i    |
| LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN ..... | ii   |
| LEMBARAN SIDANG .....                     | iii  |
| PERNYATAAN .....                          | iv   |
| ABSTRAK .....                             | v    |
| ABSTRACT .....                            | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                      | vii  |
| DAFTAR ISI .....                          | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                        | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                       | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                     | xiii |
|                                           |      |
| BAB I. PENDAHULUAN                        |      |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....         | 1    |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....           | 4    |
| 1.3. Pembatasan Masalah .....             | 4    |
| 1.4. Rumusan Masalah .....                | 5    |
| 1.5. Tujuan Penelitian .....              | 5    |
| 1.6. Manfaat Penelitian .....             | 5    |
| 1.7. Sistematika Penulisan .....          | 6    |
|                                           |      |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA                  |      |
| 2.1. Landasan Teori .....                 | 8    |
| 2.1.1. Citra Merek .....                  | 8    |
| 2.1.2. Keputusan Pembelian .....          | 10   |
| 2.2. Penelitian Terdahulu .....           | 15   |
| 2.3. Kerangka Konseptual .....            | 17   |
| 2.4. Hipotesis .....                      | 19   |
|                                           |      |
| BAB III. METODOLOGI PENELITIAN            |      |
| 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....    | 20   |
| 3.2. Jenis Penelitian .....               | 20   |
| 3.3. Populasi dan Sampel Penelitian ..... | 21   |
| 3.3.1. Populasi .....                     | 21   |
| 3.3.2. Sampel .....                       | 21   |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....        | 22   |
| 3.5. Devinisi Operasional Variabel .....  | 23   |
| 3.5.1. Variabel Bebas .....               | 23   |
| 3.5.2. Variabel Terikat .....             | 23   |
| 3.6. Teknik Analisis Data .....           | 24   |
| 3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran .....   | 24   |
| 3.6.2. Persamaan Regresi .....            | 25   |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 3.6.3. Uji Kualitas Data .....       | 27 |
| 3.6.4. Uji Asumsi Klasik .....       | 29 |
| 3.6.5. Uji Hipotesis .....           | 30 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN         |    |
| 4.1. Hasil Penelitian .....          | 32 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan ..... | 32 |
| 4.1.2. Karakteristik Responden ..... | 32 |
| 4.1.3. Tanggapan Responden .....     | 34 |
| 4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data ..... | 39 |
| 4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik ..... | 41 |
| 4.1.6 Hasil Uji Hipotesis .....      | 43 |
| 4.2. Pembahasan .....                | 46 |
| BAB V. SIMPULAN DAN SARAN            |    |
| 5.1. Simpulan .....                  | 48 |
| 5.2. Saran .....                     | 48 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                 | 49 |
| LAMPIRAN .....                       | 50 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1. Perkembangan Jumlah Siswa SMK YASPI .....              | 3  |
| Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....                             | 17 |
| Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....                     | 20 |
| Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel .....                    | 24 |
| Tabel 3.3. Angka Penafsiran .....                                 | 25 |
| Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....                          | 33 |
| Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel Citra Merek .....         | 34 |
| Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian ..... | 37 |
| Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....         | 40 |
| Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian ..... | 40 |
| Tabel 4.6. Hasil Uji Reabilitas .....                             | 41 |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Sederhana .....                      | 44 |
| Tabel 4.8. Koefisien Determinasi .....                            | 44 |
| Tabel 4.9. Hasil Uji t ... ..                                     | 45 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1. Proses Pembelian Pelanggan Model lima Tahap ..... | 12 |
| Gambar 2.2. Model Perilaku Pembeli .....                      | 13 |
| Gambar 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian .....              | 21 |
| Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas.....                         | 42 |
| Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....               | 43 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....                                    | 50 |
| Lampiran 2. Tabulasi Data Kuisisioner .....                               | 52 |
| Lampiran 3. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas).....       | 53 |
| Lampiran 4. Hasil Out Put SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis)..... | 55 |
| Lampiran 5. Kartu Bimbingan.....                                          | 58 |
| Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....                                     | 59 |
| Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....                                     | 60 |