

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, KELOMPOK
ACUAN, DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN
MEMILIH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
PADA SISWA SLTA MUHAMMADIYAH DI KECAMATAN
SEBERANG ULU II PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Susi

NIM : 212016185

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, KELOMPOK
ACUAN, DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN
MEMILIH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
PADA SISWA SLTA MUHAMMADIYAH DI KECAMATAN
SEBERANG ULU II PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Nama : Susi

NIM : 212016185

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

Fakultas Ekonomi dan
Universitas Muhammadiyah Palembang

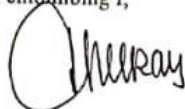
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kelompok Acuan dan Motivasi Terhadap
Keputusan Memilih Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Siswa
SLTA Muhammadiyah di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang

Nama : Susi
NIM : 212016185
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

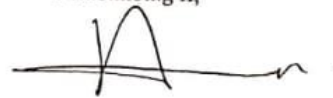
Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Januari 2020

Pembimbing I,



HJ. Maftuhah Nurrahmi, SE.M.Si
NIDN: 0216057001

Pembimbing II,



Gumar Herudiansyah, S.E., M.M
NIDN: 0202039203

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



HJ. Maftuhah Nurrahmi, SE.M.Si
NIDN: 0216057001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Susi

NIM : 212016185

Konsentrasi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kelompok Acuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Siswa SLTA Muhammadiyah di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Januari 2020

METERAI
TEMPEL
FAFACAHF258194457
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Susi

ABSTRAK

Susi/212016185/2020/Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kelompok Acuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Siswa SLTA Muhammadiyah Di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang/Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh citra merek, promosi, kelompok acuan dan motivasi terhadap keputusan memilih universitas muhammadiyah Palembang pada siswa SLTA muhammadiyah di kecamatan seberang ulu II Palembang. Tujuannya untuk mengetahui adakah pengaruh citra merek, promosi, kelompok acuan dan motivasi terhadap keputusan memilih Universitas Muhammadiyah Palembang pada siswa SLTA Muhammadiyah. Penelitian ini termasuk penelitian Asosiatif karena penelitian ini akan menjelaskan keterkaitan (hubungan atau pengaruh) antara satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian ini terdapat 5 variabel yaitu variabel-variabel yang akan saling dikaitkan adalah citra merek, promosi, kelompok acuan dan motivasi terhadap keputusan memilih dikembangkan menjadi 15 indikator. Populasi penelitian ini adalah seluruh kelas 3 SLTA Muhammadiyah di kecamatan seberang ulu II Palembang yang diambil sejumlah 100 sebagai sampel dengan teknik *sempel random sampling*. Data primer diperlukan sebagai dasar analisis, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *Regresi Linier Berganda*. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) uji F (simultan) teradapat pengaruh secara signifikan Citra Merek, Promosi, Kelompok Acuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih 2) Uji T (persial) terdapat pengaruh secara signifikan Citra Merek, Promosi, Kelompok Acuan dan Motivasi terhadap Keputusan Memilih.

Kata kunci : keputusan memilih, citra merek, promosi, kelompok acuan, dan motivasi

PRAKATA

Segala Puji bagi Allah SWT, berkat rahmatnya penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kelompok Acuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Universitas Muhammadiyah Palembang pada Siswa SLTA Muhammadiyah di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang ini dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan.

Universitas Muhammadiyah Palembang merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang ada dibawah naungan persyarikatan Muhammadiyah didirikan pada tanggal 15 juni 1979 M. bersamaan dengan tanggal 20 rajab 1399 H. Kampus Universitas Muhammadiyah Palembang semula bertempat dijalan K. H. Ahmad Dahlan Kompleks Bukit Kecil Palembang. Sejak tahun 1981 kampus ini dipindahkan ke Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang dan sejak saat itu pula pembangunan kampus terus dilaksanakan.

Penulisan laporan ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih terutama pada kedua orang tuaku Ayahanda Masturi dan Ibunda Suratni yang do'a dan bantuannya memiliki makna besar dalam proses ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada ibu HJ. Maftuhah Nurrahmi, SE.M.Si dan pak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M yang telah membimbing dan memberikan masukan guna penyelesaian skripsi ini. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

- a. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
- b. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- c. Ibu Maftuhah Nurahmi,S.E, M.Si dan ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, SE. MM Selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- d. Ibu HJ. Maftuhah Nurrahmi, SE.M.Si dan pak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M sebagai penelaah 1 dan penelaah 2.
- e. Kepala sekolah dan para staf di SMA Muhammadiyah SMK Muhammadiyah 04 Palembang, SMA Muhammadiyah 03 Palembang, SMK Muhammadiyah 03 Palembang dan SMK Muhammadiyah 02 Palembang.
- f. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha telah penulis lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh. Aamiin.

Palembang, Januari
2020

DAFTAR ISI

Sampul Depan	
Halaman Judul	
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	i
Halaman Pengesahan Skripsi	ii
Halaman Persembahan Dan Motto	iii
Halaman Prakata.....	iv
Halaman Daftar Isi.....	vi
Halaman Daftar Tabel.....	viii
Halaman Daftar Gambar	ix
Halaman Daftar Lampiran.....	x
Abstrak.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	10

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Sebelumnya	35
C. Kerangka Pemikiran	42

D. Hipotesis	42
--------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	43
---------------------------	----

B. Lokasi Penelitian.....	44
---------------------------	----

C. Operasional Variabel.....	45
------------------------------	----

D. Populasi dan Sampel	46
------------------------------	----

E. Data yang Diperlukan.....	48
------------------------------	----

F. Metode Pengumpulan Data	48
----------------------------------	----

G. Analisis Data dan Teknik Analisis	51
--	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	56
---------------------------	----

B. Pembahasan Hasil Penelitian	78
--------------------------------------	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	83
-------------------	----

B. Saran.....	84
---------------	----

Daftar Pustaka

Lampiran

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan faktor pendukung yang memegang peranan penting disegala sektor, pendidikan adalah usaha agar manusia dapat mengembangkan potensi dirinya melalui proses pembelajaran. Dalam kerangka globalisasi, pendidikan memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan taraf hidup. Bagi sebagian masyarakat yang memilih untuk melanjutkan dan menyelesaikan pendidikannya hingga jenjang paling tinggi, maka mereka akan dihadapkan pada berbagai pilihan dan permasalahan. Memilih melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, masyarakat akan dihadapkan adanya beragam pilihan perguruan tinggi, jenjang pendidikannya, hingga pilihan berbagai macam program studi. Selain itu masyarakat juga akan dihadapkan pada begitu banyaknya pertimbangan yang harus dipikirkan.

Pendidikan tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diplomat, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia. Di Indonesia sendiri sekarang ini terdapat 923 Akademik, 304 Politeknik, 2,527 Sekolah tinggi, 235 Institut, 634 Universitas, dan 34 Akademik Komunikasi (Kelembagaan IPTEK & DIKTI Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi).

Menentukan perguruan tinggi dan jurusan yang tepat bukan lah persoalan yang gampang. Seringkali ketiadaan informasi dan ketidaktahuan akan minat atau bakat sering menimbulkan masalah dan penyesalan dikemudian hari. Masalah tersebut diantaranya, kualitas perguruan tinggi yang tidak sesuai dengan harapan, tidak dapat mengikuti perkuliahan dengan baik karena tidak tertarik dibidang pilihannya dan akhirnya ada yang memutuskan untuk mutasi atau pindah jurusan, dan juga ada yang memilih tidak melanjutkan kuliah dan bekerja apa adanya, serta tidak dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik yang berujung pada *drop out* (DO).

Perguruan tinggi swasta merupakan salah satu alternatif pilihan bagi siswa yang ingin melanjutkan pendidikannya kejenjang yang lebih tinggi selain perguruan tinggi negeri. Jumlah PTS sangat banyak dan menyebar diseluruh wilayah, sehingga mahasiswa bebas dalam melakukan pemilihan PTS mana yang akan dituju. Informasi dalam pemilihan tempat studi menjadi salah satu faktor yang terpenting. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan formal khususnya perguruan tinggi, menjadi peluang perguruan tinggi swasta dalam menarik pangsa pasar. Maka itu perguruan swasta pun berlomba-lomba dalam menawarkan jasa pendidikannya dengan meningkatkan faktor-faktor dalam keputusan memilih yang dapat menarik minat siswa dalam memilih studi diperguruan tinggi swasta sesuai dengan keinginan mahasiswa.

Manusia biasanya berperilaku dengan cara yang masuk akal mereka mempertimbangkan perilakunya berdasarkan informasi yang tersedia, dan secara implisit atau eksplisit juga mempertimbangkan akibat dari tindakan

mereka. Menurut Kotler dan Keller (2009:166) perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Adapun didalam buku Danang Sunyoto (2014:2) mendefinisikan perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:120) mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

Salah satu pertimbangan keputusan pembelian adalah merek, dimana merek sangat berpengaruh bagi konsumen. Sebuah merek yang terkenal memiliki keistimewaan tersendiri bagi konsumen. Kotler dan Fox (Nugroho Setiadi, 2010:110) mendefinisikan citra sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan, dan keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Suatu citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan suatu keunggulan bersaing. Produk atau jasa yang memiliki citra merek yang baik cenderung akan lebih mudah diterima oleh konsumen.

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam *marketing mix* (bauran pemasaran) yang penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Menurut Stanton (Danang Sunyoto, 2014:58), promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan (*promotions is the serves to inform, persuade, and remind the market of the organization and or its products*). Kegiatan promosi dilakukan dengan menggunakan berbagai media, baik media cetak, media elektronik, maupun media luar ruang. Belum lagi cerita dari mulut kemulut (*word of mount communication*) yang tidak asing.

Kelompok acuan (referensi group) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebua referensi dalam membentuk respons afektif, kognitif, dan perilaku (Ujang Sumarwan 2017:305)

Prilaku seseorang dimulai dengan adanya suatu motif yang mengarahkan individu dalam mencapai suatu tujuan. Motivasi mempunyai peran penting dalam hal mendorong atau menggerakkan perilaku konsumen agar mendapatkan tujuan yang diinginkannya secara optimum terutama dalam pemilihan universitas yang dituju. Secara definisi motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan (Danang Sunyoto, 2014:10).

Kota Palembang adalah ibu kota provinsi Sumatra Selatan. Kota Palembang merupakan kota terbesar kedua di Sumatra setelah Medan. Dalam hal pendidikan khususnya Perguruan Tinggi kota Palembang memiliki daya tarik sendiri bagi masyarakat khususnya masyarakat Palembang sendiri. Universitas yang terdapat di Kota Palembang Sumatra Selatan cukup banyak baik yang negeri maupun swasta yaitu, Universitas Sriwijaya, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Universitas Muhammadiyah Palembang, Universitas Bina Darma Palembang, Universitas IBA Palembang, Universitas Kader Bangsa Palembang, Universitas PGRI Palembang, Universitas Tamansiswa Palembang, Universitas Tridinanti Palembang dan Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang berada di kota Palembang. Sebagai lembaga yang bergerak di bidang pendidikan keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas Muhammadiyah Palembang tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor terutama dari perilaku konsumen mulai dari citra merek, promosi, kelompok acuan, motivasi dan lain-lain. Sehingga menjadi keputusan memilih siswa dalam memilih Universitas Muhammadiyah Palembang. Dari beberapa perguruan tinggi swasta di Sumatra Selatan Universitas Muhammadiyah Palembang adalah perguruan tinggi terbesar bila dilihat dari jumlah mahasiswanya di Sumatera Selatan.

Universitas Muhammadiyah Palembang merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang ada dibawah naungan persyarikatan Muhammadiyah didirikan pada tanggal 15 juni 1979 M. bersamaan dengan tanggal 20 rajab 1399 H.

Kampus Universitas Muhammadiyah Palembang semula bertempat di jalan K. H. Ahmad Dahlan Kompleks Bukit Kecil Palembang. Sejak tahun 1981 kampus ini dipindahkan ke Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang dan sejak saat itu pula pembangunan kampus terus dilaksanakan. Saat ini kampus Universitas Muhammadiyah Palembang memiliki area seluas 5 hektar, dibagi menjadi 2 kampus yaitu kampus A (3,5 hektar) dan kampus B (1,5 hektar), dengan gedung berlantai satu, dua, dan tiga.

Area kampus Universitas Muhammadiyah Palembang sejak tahun 1997 diperluas 1,5 hektar sebagai kampus B di Jalan Talang Banten 13 Ulu Palembang. Selain itu telah dibuat pula Rencana Induk Kampus Baru Universitas Muhammadiyah Palembang seluas 35,47 hektar di km 28 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir. Saat ini Universitas Muhammadiyah Palembang memiliki 7 (tujuh) Fakultas, 23 Program Studi (S1), 1 Program Studi D3, dan 2 Program Studi Pascasarjana (S2).

Universitas Muhammadiyah Palembang terdiri dari tujuh Fakultas yaitu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Fakultas Agama Islam (FAI), Fakultas Kedokteran (FK), Fakultas Hukum (FH), Fakultas Teknik (FT), Fakultas Pertanian (FP) dan Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan (FKIP). Dalam jasa pendidikan Universitas Muhammadiyah Palembang berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk menarik minat para calon mahasiswanya.

Berikut ditampilkan hasil kuesioner pada Siswa Kelas 3SLTA Muhammadiyah Kecamatan Seberang Ulu II mengenai keputusan memilih pada

Universitas Muhammadiyah Palembang diambil 30 responden yang menjawab setuju.

Tabel I.1

Hasil riset pendahuluan :

No	Indikator	Jumlah Setuju
Citra Merek		
1	UMP Perguruan Tinggi Swasta Terbesar	20
2	UMP Perguruan Tinggi Islami	23
3	UMP Memiliki Nama Besar Di Palembang	17
Promosi		
4	Mengenal UMP dari Iklan	28
5	Mengenal UMP dari Humas Media Online	13
6	Mengenal UMP dari event-event khusus yang diadakan UMP	10
Kelompok Acuan		
7	Niat Masuk UMP Karena Pengaruh Teman	17
8	Niat Masuk UMP Karena Dorongan orang tua	10
Motivasi		
9	Tujuan Masuk UMP Karena Lokasi Mudah Dijangkau	18
10	Tujuan Masuk UMP Karena Jasa Pasilitasnya Lengkap	20
11	Tujuan masuk UMP karena BPP Murah	13

Sumber : data primer,2019

Dari Tabel diatas melalui riset pendahuluan yang dilakukan pada 30 calon mahasiswa, terlihat dari beberapa aspek yang dinilai pada keputusan memilih siswa SMA/SMK Muhammadiyah Seberang Ulu II Plaju Palembang dalam memilih Universitas Muhammadiyah Palembang. Dalam proses pengambilan keputusan yang terjadi, calon mahasiswa merasakan tahapan-tahapan dari mulai

pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian/evaluasi sampai kepada tahap pengambilan keputusan.

Berdasarkan riset pendahuluan faktor citra merek, 66 persen siswa menjawab UMPalembang perguruan tinggi terbesar, 76 persen siswa menyatakan UMPalembang perguruan tinggi islami dan 56 persen menyatakan UMPalembang memiliki nama besar di Palembang. Dari riset tersebut dapat dilihat citra merek perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Palembang juga akan turut dipertimbangkan, pemilihan pada perguruan tinggi dengan citra merek (brand image) yang baik akan lebih diprioritaskan guna memenuhi kebutuhan siswa, karena pecitraan yang baik suatu perguruan tinggi akan mendapatkan nilai positif dimata konsumen dan juga dapat memberikan gambaran mengenai kualitas perguruan tinggi tersebut.

Calon mahasiswa biasanya juga mencari informasi terlebih dahulu baik dari internet, media massa ataupun bertanya langsung kepada mahasiswa atau dosen universitas yang bersangkutan. Hal tersebut dapat dilihat dari kuesioner Faktor promosi didapatkan 93 persen menyatakan mengenal UMPalembang dari iklan, 43 persen mengenal UMPalembang humas media online dan 33 persen mengenal UMPalembang dari event-event khusus yang diadakan. Namun biasanya calon mahasiswa lebih percaya terhadap informasi yang diperoleh dari mahasiswa universitas yang bersangkutan dari pada kabar bagus yang diiklankan oleh pihak universitas karena terkadang informasinya kurang relevan dengan realita yang terjadi.

Pengaruh teman dan dorongan keluarga juga mempengaruhi keputusan siswa dalam memilih universitas muhammadiyah Palembang sebagai tempat melanjutkan program studi keperguruan tinggi dilihat dari faktor kelompok acuan didapatkan 56 persen niat masuk UMPalembang karena pengaruh teman dan 33 persen karena dorongan orang tua.

Selanjutnya yang menjadi pertimbangan calon mahasiswa adalah motivasi didapatkan 60 persen tujuan masuk UMPalembang karena lokasi mudah dijangkau, 66 persen tujuan masuk UMPalembang karena jasa pasilitasnya lengkap, dan 43 persen tujuan masuk UMPalembang karena BPP murah.

Calon mahasiswa akan terus melakukan pencarian informasi sampai kepada pengambilan keputusan untuk mendaftarkan diri keperguruan tinggi yang menurutnya paling baik diataranya.

Data diperoleh dari observasi menunjukkan bahwa dalam menarik minat siswa, Universitas Muhammadiyah Palembang harus memahami faktor-faktor yang menarik siswa dalam memilih Universitas Muhammadiyah Palembang. Citra merek, promosi, kelompok acuan, dan motivasi merupakan suatu pertimbangan dalam menentukan faktor untuk menentukan objek penelitian di SLTA Muhammadiyah di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

Berdasarkan uraian tersebut penulis melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kelompok Acuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Universitas Muhammadiyah Palembang pada Siswa SLTA Muhammadiyah di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.**

B.Rumusan Masalah

Adakah pengaruh citra merek,promosi,kelompok acuan dan motivasi terhadap Keputusan Memilih Universitas MuhammadiyahPalembang pada Siswa SLTA Muhammadiyah di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang ?

C.Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh citra merek,promosi,kelompok acuan dan motivasi terhadap Keputusan Memilih Universitas Muhammadiyah Palembang pada Siswa SLTA Muhammadiyah di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

D.Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran praktek dari teori manajemen pemasaran khususnya dalam perilaku konsumen yang selama ini diperoleh selama perkuliahan.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya,khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Baskara. Nila Ernasari. (2018). *“Pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi”*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi, Vol.6, No.2
- Andreas Teddy Kumala. (2015). *“Pembuatan Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Jurusan Kuliah Bagi Siswa SMA Berbasis Web Dengan Metode Promethee”*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol.4 No.1
- Anggraini Puspitasari. Finisica Dwijayati Patrikha. (2018). *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Universitas Pada Siswa Kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya”*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan, Vol.2, No.1, Mei 2018
- Aris Ananda. (2010). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Daryanto
- Damiati, dkk. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok : Rajagrafindo Persada
- Danang Sunyoto. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Serves).
- Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta :C.V Andi
- Fahmi Arief Al-faraqi. (2015). *“Pengaruh Kelompok Referensi dan Efikasi Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Jurusan Kedokteran Siswa Kelas XII IPA SMA N 1 Samarinda”*. Jurnal Psikologi, Vol.4 No.1
- Harini Abrilia Setyawati. (2013). *“Analisis Pengaruh Kelompok acuan Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Kuliah di STIE Putra Bangsa Kebumen”*. Jurnal Fokus Bisnis, Vol. 12 No.1, Juli 2013
- Karyati. (2016). *“Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi”*. Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia, Vol 14, No.1, 2016
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangg. Alma, Buchari
- Mahendra Fakhri. Alini Gilang. Nining Ratnayu. (2017). *“Analisi Faktor Pembentuk Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swata Universitas Telkom (Studi Pada Mahasiswa Prodi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan*

Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2016”). Jurnal Ekonomi, Bisnis, & Entrepreneurship, Vol.11, No.1, April 2017

Muhammad Sam'an. Alamsyah. (2015). *“Implementasi Fuzzy Inference System Sebagai Sistem Pengambilan Keputusan Pemilihan Program Studi di Perguruan Tinggi”*. Jurnal Of Mathematics.

Mustika Hayuning Puspendari. (2017). *“Pengaruh Citra Merek Prodi Pendidikan Akuntansi UNESA, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi Lanjut ke Perguruan Tinggi Siswa Kelas XII SMA NEGERI DI SURABAYA”*. Jurnal Pendidikan Akuntansi, Vol.5, No.3

Nugroho J.Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Prenadamedia Group

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Banten : Andi

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian manajemen*. Bandung : Alfabeta

Suri Amilia. (2017). *“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa”*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol 6, No1, Mei 2017

Ujang Sumarwan. (2017). *Prilaku Konsumen*. Jakarta : PT Ghalia Indonesia