

## **PENGARUH MOTIVASI, STATUS SOSIAL EKONOMI, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA LUAR PULAU JAWA MELANJUTKAN PENDIDIKAN DI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

### ***THE EFFECT OF THE MOTIVATION, SOCIAL AND ECONOMIC STATUS, AND BRAND IMAGE ON THE DECISION OF THE STUDENTS COMING FROM OUTSIDE JAVA ISLAND TO CONTINUE THEIR EDUCATION AT YOGYAKARTA STATE UNIVERSITY***

Oleh:

ely corina damanik

fakultas ekonomi universitas negeri yogyakarta

elycorinadamanik@yahoo.com

Pembimbing: Sri Sumardiningih, M.Si.

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh motivasi, status sosial ekonomi, dan *brand image* terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *Ex Post Facto* yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang berasal dari luar pulau Jawa yang sedang menempuh pendidikan UNY. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Snowball sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Fakultas Bahasa dan Seni sebanyak 130 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan angket, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan program *SPSS versi 22*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY; (2) status sosial ekonomi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY; (3) *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY; (4) motivasi, status sosial ekonomi, dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY.

Kata kunci: motivasi, status sosial ekonomi, *brand image*, keputusan mahasiswa luar pulau Jawa.

#### **Abstract**

*This study aims to find out the effects of the motivation, social and economic status, and brand image on the students coming from outside Java Island to continue their education at Yogyakarta State University. This was an ex post facto study using the quantitative study. The research population comprised all the students coming from outside Java Island continuing their study at YSU. The sample in the study was selected by means of the snowball sampling technique. The sample comprised students of Faculty of Economics and Faculty of Languages and Arts with a total of 130 students. The data were collected by a questionnaire, documentation, and interviews. The data analysis technique was multiple regression analysis using the program of SPSS version 22. The result of the study show that: (1) the motivation has a positive effect on the decision of the students coming from outside Java Island to continue their education at YSU; (2) the social and economic status does not affect their decision to continue their education at YSU; (3) the brand image has a positive affect on their decision to continue their education at YSU; (4) the motivation, social and economic status, and brand image as an aggregate have positive effects on their decision to continue their education at YSU.*

*Keyword: motivation, social and economic status, brand image, decision by students coming from outside Java Island.*

#### **PENDAHULUAN**

Pendidikan merupakan salah satu kebutuhan terpenting bagi setiap orang. Setiap

orang akan berusaha untuk menempuh pendidikannya sampai kejenjang perguruan tinggi. Pendidikan mempunyai peran penting dalam pembangunan nasional karena pendidikan

merupakan salah satu cara untuk membentuk sumber daya manusia yang berkualitas.

Dalam konteks pembangunan Indonesia, sumber daya manusia adalah manusia yang diikutsertakan dalam proses pembangunan nasional. Sumber daya manusia yang berkualitas juga didukung dari tingkat pendidikan yang ditempuhnya. Semakin tinggi jenjang pendidikan yang diikutinya, maka semakin baik pula kualitas dan keahlian yang dimilikinya.

Salah satu jenjang pendidikan yang ada di Indonesia adalah perguruan tinggi. Perguruan tinggi merupakan suatu lembaga jasa pendidikan dimana penerima jasanya disebut mahasiswa. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:7), perguruan tinggi digolongkan kedalam jasa murni (dilihat dari kesamaannya) dan kelompok sistem tinggi (dilihat tingkat kontak konsumen).

Tidak dipungkiri banyak calon mahasiswa ingin menempuh pendidikannya di perguruan tinggi Favorit. Perguruan tinggi negeri (PTN) biasanya selalu jadi incaran utama mereka. Menurut Data dari JPNN (25 Januari 2016), 10 perguruan tinggi terbaik yang ada di Indonesia yaitu (1) ITB; (2) UGM; (3) UI; (4) UNNES; (5) UNPAD; (6) UPI; (7) UNDIP; (8) UNY; (9) UNIBRAW; (10) UNAIR. Dapat dilihat bahwa beberapa perguruan tinggi tersebut merupakan perguruan tinggi yang paling banyak diminati oleh calon mahasiswa yang lokasinya terletak di pulau Jawa.

Berdasarkan data yang dikeluarkan Pusat Data dan Statistik Pendidikan Sekretaris Jendral Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan mengenai Statistik perguruan tinggi tahun 2013/2014, bahwa jumlah perguruan tinggi negeri

maupun swasta dipulau Jawa lebih 50% dari total perguruan tinggi yang ada di Indonesia dengan jumlah mahasiswa dimana lebih dari 50% dari total mahasiswa Indonesia terdaftar kuliah di pulau Jawa. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya perbedaan kualitas perguruan tinggi yang terdapat di pulau Jawa dengan pulau-pulau lainnya.

Salah satu provinsi di pulau Jawa yang banyak diminati oleh mahasiswa luar pulau Jawa dalam mencari tempat studi adalah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). DIY mendapatkan julukan kota pelajar karena banyaknya jumlah perguruan tinggi baik itu perguruan tinggi negeri (PTN) maupun perguruan tinggi swasta (PTS) yang mempunyai kualitas yang bagus. Dengan banyaknya keberadaan PTN dan PTS di Yogyakarta, banyak mahasiswa pendatang yang berasal dari luar pulau Jawa lebih memutuskan menempuh pendidikannya di Yogyakarta dibandingkan di provinsi asal mereka. Salah satu perguruan tinggi terbesar yang ada di Yogyakarta adalah Universitas Negeri Yogyakarta (UNY).

Keputusan menempuh pendidikan di UNY bagi sebagian calon mahasiswa merupakan salah satu harapan mereka. Mahasiswa yang menempuh pendidikan di UNY berasal dari daerah yang berbeda-beda. Berikut ini disajikan data mengenai jumlah mahasiswa luar pulau Jawa yang menempuh pendidikan di UNY.

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Luar Pulau Jawa Tahun 2011-2015

No	Fakultas	Tahun					JML
		2011	2012	2013	2014	2015	
1	Ekonomi	199	136	80	46	39	500
2	Bahasa dan Seni	239	261	234	161	187	1082
3	Ilmu Sosial	96	82	93	53	74	398
4	Ilmu Pendidikan	198	203	53	38	53	545
5	Ilmu Keolahragaan	386	129	62	73	67	717
6	Teknik	442	345	254	137	145	1323
7	Matematika dan Ipa	166	127	118	55	46	512
	Jumlah	1726	1283	894	563	611	5077

Sumber: Data Informasi Akademik Mahasiswa UNY

jumlah mahasiswa luar pulau Jawa yang menempuh pendidikan di tiap-tiap fakultas UNY mengalami fluktuasi. Dari tahun 2011-2014 jumlah mahasiswa luar pulau Jawa yang melanjutkan pendidikan di UNY mengalami penurunan, sedangkan di tahun 2015 terjadi peningkatan jumlah mahasiswa.

Dalam memutuskan untuk menempuh ke perguruan tinggi, calon mahasiswa harus teliti dan cermat dalam memilih lembaga jasa pendidikan. Calon mahasiswa akan dihadapkan dengan berbagai pilihan jenjang pendidikan, lokasi pendidikan, dan jurusan yang akan dipilih nantinya. Keputusan yang diambil harus didasarkan dengan kondisi dan kebutuhan yang ingin dicapai. Apabila kondisi atau keadaan yang terjadi tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka akan muncul keraguan yang berakibat untuk tidak memilih tempat studi yang diharapkan.

Mahasiswa luar pulau Jawa yang menempuh pendidikan di UNY merupakan mahasiswa yang berasal dari latar belakang yang berbeda-beda. Maka dari itu faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan mereka juga berbeda satu sama lain. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rina Isnaeni (Jurnal, 2015) menunjukkan bahwa adanya pengaruh faktor motivasi, kelompok referensi, dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menempuh pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi FE UNY. Sedangkan menurut Novita Harahap (Tesis, 2004) menunjukkan bahwa faktor proses, biaya, latar belakang sosial ekonomi, motivasi, fasilitas, referensi, status sosial ekonomi, promosi, reputasi dan alumni memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menempuh pendidikan pada LP3I Medan.

Mahasiswa merupakan konsumen dari suatu perguruan tinggi. Keputusan mahasiswa luar pulau Jawa dalam memilih tempat studinya menjadi hal yang sangat penting bagi pihak universitas sebagai sumber informasi dan evaluasi. Informasi yang diterima akan membantu pihak universitas dalam mengembangkan kualitasnya baik dari segi pemasarannya. Evaluasi yang dilakukan akan memperbaiki program-program yang kurang tepat dan membentuk strategi yang lebih baik. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa alasan yang mempengaruhi keputusan mahasiswa luar pulau Jawa dalam menempuh pendidikan dapat dilihat dari sisi mahasiswa dan dari sisi universitas.

Salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa luar pulau Jawa dalam menempuh pendidikannya jika dilihat dari sisi mahasiswa adalah motivasi. Motivasi yang timbul tentunya akan membuat seseorang yakin dengan keputusan

yang diambilnya. Menurut Ferrina dewi (2008: 11), “motivasi merupakan dorongan jiwa untuk melakukan sesuatu dalam rangka memenuhi atau mendapatkan sesuatu yang diharapkan atau diinginkannya”. Mahasiswa yang berasal dari luar pulau Jawa pada dasarnya mempunyai motivasi yang baik dalam menempuh pendidikannya. Selain menempuh pendidikan yang baik, mereka akan terlatih untuk belajar hidup mandiri dan disiplin. Tetapi nyatanya tidak sedikit juga mereka mempunyai motivasi yang kurang baik. Beberapa mahasiswa yang mempunyai motivasi hanya untuk mendapatkan gelar sarjana saja. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya motivasi yang positif yang dimiliki sebagian mahasiswa luar pulau Jawa.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan mahasiswa luar pulau Jawa dalam menempuh pendidikan adalah status sosial ekonomi. Menurut Soerjono Soekanto (2010:210) “Status sosial ekonomi merupakan kedudukan seseorang yang diakui masyarakat dalam masyarakatnya. Pada umumnya orangtua yang mempunyai golongan yang tinggi tingkat ekonominya, mempunyai pandangan yang luas tentang pendidikan anaknya dan akan mendukung anaknya menempuh studinya sampai ke jenjang perguruan tinggi. Sedangkan orangtua yang tidak mampu atau tingkat ekonominya rendah biasanya beranggapan bahwa keputusan menempuh ke jenjang perguruan tinggi akan mengeluarkan biaya yang besar dan tidak akan menjamin adanya masa depan yang baik bagi anaknya. Bagi keluarga yang memiliki pendidikan rendah akan cenderung mendukung anaknya untuk bekerja daripada

menempuh pendidikan sampai di jenjang perguruan tinggi.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan mahasiswa luar pulau Jawa dalam menempuh pendidikan adalah *brand image* atau citra merek. Menurut Etta Mamang dan Sopiah (2013:327) *Brand image* dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu.

*Brand image* erat kaitannya dengan kualitas dan bentuk pelayanan yang diberikan oleh suatu lembaga perguruan tinggi. *Brand image* dari suatu perguruan tinggi akan mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam menempuh pendidikannya. *Brand image* yang melekat pada suatu lembaga perguruan tinggi akan menimbulkan persepsi baik itu positif maupun negatif bagi masyarakat. Masyarakat akan mempercayakan dan mendukung sanak keluarganya untuk memilih perguruan tinggi yang memiliki *brand image* yang baik. Berdasarkan hasil wawancara singkat kepada mahasiswa luar pulau Jawa, pada umumnya mereka kurang mengetahui keberadaan UNY. Hal ini disebabkan karena kurangnya informasi keberadaan UNY dilingkungan daerah asal mereka. Pada dasarnya, meskipun mereka kurang mengetahui keberadaan UNY, tetapi mereka beranggapan bahwa UNY merupakan lembaga jasa perguruan tinggi negeri yang akan memberikan pendidikan terbaik bagi dirinya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY, status sosial ekonomi terhadap keputusan mahasiswa luar

pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY, *brand image* terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY, dan motivasi, status sosial ekonomi dan *brand image* secara simultan terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY. Bagi universitas, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dalam menentukan strategi pemasaran dan mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bagi peneliti berikutnya yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian *Ex-post facto*. Penelitian ini dilakukan di FE dan FBS UNY. Pengambilan data responden dilakukan pada bulan Mei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling*, sehingga sampel yang digunakan untuk penelitian sebanyak 130 mahasiswa. Jenis data penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dengan angket, dokumentasi, dan wawancara.

### **Definisi Operasional Variabel penelitian**

Keputusan mahasiswa luar pulau Jawa merupakan keputusan konsumen dalam pembelian jasa pendidikan. Keputusan mahasiswa

luar pulau Jawa adalah suatu tindakan yang dilakukan mahasiswa dalam usahanya untuk menempuh pendidikan di UNY. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa luar pulau Jawa antara lain motivasi, status sosial ekonomi, dan *brand image*. Motivasi merupakan suatu daya penggerak atau dorongan jiwa yang berasal dari dalam diri dan luar seseorang untuk melakukan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan yang ingin dicapai. Status sosial ekonomi adalah kondisi atau posisi keluarga di dalam masyarakat yang dilihat berdasarkan kehidupan ekonominya. Status sosial ekonomi dapat dilihat dari tingkat penghasilan orangtua, pendidikan orangtua, dan kepemilikan harta serta fasilitas yang disediakan. *Brand image* atau citra merek adalah persepsi dan keyakinan konsumen terhadap merek sebagaimana yang direfleksikan oleh berbagai macam asosiasi yang ada di benak konsumen.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Namun, sebelum melakukan analisis regresi berganda, dilakukan uji prasyarat analisis data terlebih dahulu yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji. Setelah itu dilakukan analisis regresi berganda yang meliputi mencari koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji simultan (uji F), uji parsial (uji t), dan mencari sumbangan efektif (SE) dan sumbangan relatif (SR). Hipotesis penelitian akan diterima apabila nilai probabilitasnya kurang dari taraf signifikansi 0,05.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil uji prasyarat analisis data:

### Uji normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Z*. Berdasarkan hasil analisis, diketahui nilai sig variabel keputusan mahasiswa sebesar 0,200, variabel motivasi sebesar 0,195, variabel status sosial ekonomi sebesar 0,200, dan variabel *brand image* sebesar 0,196. Oleh karena nilai sig lebih dari 0,05 maka semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

### Uji linearitas

Hasil uji linearitas dapat dilihat pada nilai signifikansi dari *deviation from linearity*. Berdasarkan hasil analisis diketahui nilai signifikansi variabel motivasi terhadap keputusan mahasiswa sebesar 0,202, nilai signifikansi variabel status sosial ekonomi terhadap keputusan mahasiswa sebesar 0,261, dan nilai signifikansi variabel *brand image* terhadap keputusan mahasiswa sebesar 0,579. Oleh karena nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel diatas bersifat linear.

### Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai *VIF* variabel bebas yaitu motivasi sebesar 1,261, status sosial ekonomi sebesar 1,057, dan *brand image* sebesar 1,200. Oleh karena masing-masing variabel bebas memiliki nilai *VIF* kurang dari 4, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Homosedastisitas

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan uji *Park*, diperoleh nilai sig dari variabel motivasi sebesar 0,472, status sosial ekonomi 0,678, dan *brand image* sebesar 0,051.

oleh karena nilai sig ketiga variabel bebas tersebut lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa sudah terpenuhi persyaratan terjadinya homosedastisitas.

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh hasil dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t	Sig.
Motivasi	0,253	3,295	0,001
Status Sosial ekonomi	-0,045	-0,718	0,474
<i>Brand Image</i>	0,222	0,2988	0,003
Konstanta	18,309		
R <sup>2</sup>	0,222%		
F hitung	11,346		
Sig.	0,000		

Sumber: Data Informasi Akademik Mahasiswa UNY

hasil hipotesis menunjukkan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,295 dengan taraf signifikansi sebesar 0,001. Oleh karena nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di UNY diterima. Hal ini sejalan dengan pendapat Hamzah B. Uno (2012:13) yang menyatakan bahwa motivasi merupakan dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang untuk mengadakan perubahan tingkah laku. Sedangkan Menurut Ferrina Dewi (2008: 11), motivasi merupakan dorongan jiwa untuk melakukan sesuatu dalam

rangka memenuhi atau mendapatkan sesuatu yang diharapkan atau diinginkannya. Seseorang yang mempunyai motivasi yang tinggi akan kebutuhan pendidikan cenderung memutuskan melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi.

Tidak terdapat pengaruh status sosial ekonomi nilai terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY. Yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,718 dengan taraf signifikansi sebesar 0,474. Oleh karena taraf signifikansinya lebih dari 0,05, maka hipotesis yang menyatakan bahwa status sosial ekonomi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di UNY ditolak. Hasil Penelitian ini didukung oleh penelitian Evanti (2012) yang menyatakan status sosial ekonomi tidak memiliki pengaruh. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa sebagian responden merupakan mahasiswa yang penerima bantuan program pemerintah daerah. Mahasiswa yang menerima bantuan program pemerintah daerah akan ditanggung segala pengeluaran selama menempuh pendidikan di UNY. Hal ini dapat diasumsikan bahwa sebagian besar dari responden merupakan dari keluarga menengah ke bawah.

Variabel *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY, yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,988 dengan taraf signifikansi sebesar 0,003. Oleh karena nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di UNY diterima.

*Brand image* merupakan konsep atau persepsi yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subyektif dan emosi pribadinya. Masyarakat dapat membuat asosiasi merek berdasarkan atribut produk dan manfaat produk atau jasa (Ferrina Dewi, 2008:166). Sama halnya dengan jasa pendidikan, *brand image* yang dimiliki perguruan tinggi akan mempengaruhi masyarakat dalam mengambil suatu keputusan menempuh pendidikan di suatu perguruan tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina Pradityas Putri yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa luar pulau Jawa mempunyai persepsi yang baik terhadap citra perguruan tinggi UNY. Mahasiswa luar pulau Jawa meranggapan bahwa setelah mereka selesai menempuh pendidikan di UNY mereka akan mudah untuk memperoleh pekerjaan. Melalui *brand image* UNY yang baik, maka akan menimbulkan emosional yang positif dalam diri mahasiswa luar pulau Jawa pada saat menggunakan jasa lembaga pendidikan tersebut.

Nilai  $F_{hitung}$  untuk pengaruh motivasi, status sosial ekonomi dan *brand image* secara simultan terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY sebesar 11,346 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena signifikansinya kurang dari 0,05, maka hipotesis yang menyatakan bahwa motivasi, status sosial ekonomi dan *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY diterima.

Selanjutnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk pengaruh motivasi, status sosial ekonomi, dan *brand image* terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY sebesar 0,222 atau 22,2%. Jadi dapat disimpulkan bahwa 22,2% keputusan mahasiswa luar pulau Jawa dipengaruhi oleh ketiga variabel bebas tersebut, sedangkan sisanya 77,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Dari hasil analisis, diperoleh juga sumbangan efektif variabel motivasi sebesar 11,83%, variabel status sosial ekonomi sebesar 0,73%, dan variabel *brand image* sebesar 9,64%. Sedangkan sumbangan relatif yang diperoleh yaitu variabel motivasi sebesar 53,29%, variabel status sosial ekonomi 3,30%, dan variabel *brand image* sebesar 43,41%.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY.
2. Status sosial ekonomi tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY.
3. *Brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY.
4. Motivasi, status sosial ekonomi dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY.

### **Saran**

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah:

1. Motivasi yang semakin tinggi akan mempengaruhi keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari akan pentingnya kebutuhan dalam melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Oleh sebab itu, diharapkan bagi calon mahasiswa luar pulau Jawa mampu mengetahui dengan cermat dan benar apa yang menjadi target yang ingin dicapai. Oleh karena itu motivasi dalam diri harus ditingkatkan.
2. Orangtua harus selalu mendukung keinginan anaknya dalam melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi. Orangtua perlu menyadari cita-cita apa yang diharapkan anaknya. Kekurangan finansial bukanlah salah satu kendala dalam melanjutkan pendidikan. Orangtua harus memanfaatkan program pemerintah yang telah disediakan, seperti beasiswa. Sehingga harapan anaknya untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi dapat tercapai.
3. Pihak perguruan tinggi atau universitas diharapkan untuk tetap terus meningkatkan prestasinya baik dibidang akademik maupun nonakademik dengan harapan akan semakin banyak masyarakat luar pulau Jawa melanjutkan pendidikan di UNY. Sehingga citra merek yang dimiliki UNY semakin baik.
4. Bagi pihak peneliti selanjutnya diharapkan, mampu mengembangkan metode dalam pengambilan sampel dengan tujuan hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan

generalisasi yang lebih kuat dan memperluas jangkauan penelitian yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi Offset

Evanti Adriani dan Helmi Adam. (2012). Pengaruh Biaya Pendidikan, Latar belakang Sosial Ekonomi, Motivasi, dan Reputasi terhadap Minat Mahasiswa dalam Memilih Prodi S1 Akuntansi Perguruan Tinggi di Malang. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UB Vol 1. No.2*

Ferrina dewi. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Herminarto Sofyan dan Hamzah B. Uno. (2012). *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Karina Pradityas Putri. 2011. Analisis Pengaruh *Brand Image*, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi

Universitas Diponegoro. Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro

Novita Harahap. (2004). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Menempuh Pendidikan pada Politeknik LP3I Medan. *Tesis*. Universitas Sumatera Utara

Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Rina Isnaeni. (2015). Pengaruh Motivasi, Kelompok Referensi, dan Biaya pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menempuh Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi Vol IV No.9: (1-6)*

Soerjono Soekanto (2010). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

<http://www.jpnn.com /Terbaru!-Inilah-Rangking-Kampus-Terbaik-di-Indonesia-Tahun-2016> (diakses pada 22/03/2016, 15.40)