

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Tempat Penelitian**

##### **1. Profil Universitas Muhammadiyah Surabaya**

###### **a. Sejarah Universitas Muhammadiyah Surabaya**

Universitas Muhammadiyah Surabaya pada awalnya terdiri atas beberapa lembaga pendidikan tinggi Muhammadiyah, diantaranya Fakultas Ilmu Agama Jurusan Da'wah (FIAD) yang berdiri sejak 15 September 1964, Fakultas Tarbiyah Surabaya berdiri pada 1975, IKIP Muhammadiyah Surabaya berdiri pada 1980, Fakultas Syari'ah Surabaya berdiri pada 1982, dan Institut Teknologi Muhammadiyah Surabaya berdiri pada 1983.

Berdasarkan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.:0141/0/1984, IKIP Muhammadiyah Surabaya, Institut Teknologi Muhammadiyah Surabaya, dan Universitas Muhammadiyah Gresik digabung menjadi satu dengan nama "Universitas Muhammadiyah Surabaya". Seluruh jurusan yang ada di ketiga lembaga tersebut berdasarkan SK Mendikbut RI No. : 0142/0/1984 di atas mendapat status "Terdaftar".

Semula Universitas Muhammadiyah Surabaya terdiri atas tiga fakultas, yaitu Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan sebagai pengembangan dari IKIP Muhammadiyah Surabaya, Fakultas Teknik sebagai pengembangan dari Institut

Teknologi Muhammadiyah Surabaya, dan Fakultas Ekonomi sebagai pengembangan dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

Pada tahun 1985, berdasar Surat Keputusan Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Jawa Timur No. : Kep/003-V/1985, Fakultas Da'wah (FIAD), Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syari'ah berinduk ke Universitas Muhammadiyah Surabaya, dan ketiganya tergabung dalam Fakultas Agama Islam (FAI).

Selanjutnya pada 1992 Pimpinan Pusat Muhammadiyah Majelis Pembina Kesehatan melalui Surat No.:IV.B/4.a/220/1992 tanggal 14 Desember 1992 mengajukan Permohonan Pendirian Pendidikan Ahli Madya Kesehatan di lingkungan Muhammadiyah/Aisyiyah kepada Sekretaris Jenderal Departemen Kesehatan RI. Universitas Muhammadiyah Surabaya termasuk salah satu yang diminta untuk membuka program pendidikan dimaksud. Berdasar SK Menteri Kesehatan RI No.: Hk.00.06.1.1.3331 tanggal 8 September 1993 secara resmi berdiri Akademi Keperawatan (AKPER) di lingkungan Universitas Muhammadiyah Surabaya. Kemudian pada tanggal 1 Januari 2000 berdiri Fakultas Hukum dan pada 2001 berdiri pula Akademi Analis Kesehatan (AAK) dengan SK Dikti No. 184/D/O/2001 tanggal 26-09-2001. Pada tahun 2004 Universitas Muhammadiyah Surabaya berupaya mendirikan program pascasarjana (magister Studi Islam), dan berdasarkan SK Dj.II/363/2004 telah berdiri Program Studi Magister Pendidikan Islam dari Kementerian Agama.

Pada tanggal 24 Agustus 2005 Universitas Muhammadiyah Surabaya mendapatkan rekomendasi dari Badan Pengembangan dan Pemberdayaan

Sumber Daya Manusia (BPPSDM) Departemen Kesehatan RI No. H.K.0312.4.1.03259 untuk pendirian Program Studi Ilmu Keperawatan dan berdasarkan hasil visitasi Pengurus Pusat Persatuan Perawat Nasional Indonesia (PPNI) Nomor 553/PP.PPNI/K/X/2005 tanggal 5 Oktober 2005, serta berdasarkan Keputusan Dirjen Dikti No.277/D/T2006 tanggal 30 Januari 2006 Universitas Muhammadiyah Surabaya telah diberikan izin untuk menyelenggarakan Program Studi Ilmu Keperawatan (SI) Fakultas Ilmu Kesehatan.

Tahun 2006 berdasarkan Keputusan Dirjen Dikti No. 006/D/T/2006 Universitas Muhammadiyah Surabaya diberikan izin untuk menyelenggarakan Program Studi D3 Kebidanan. Berdasarkan terbitnya izin Prodi tersebut, tahun 2006 program studi di bidang kesehatan antara lain Program Studi D-3 Keperawatan, Akademi Analis Kesehatan, Program Studi Ilmu Keperawatan dan Program Studi D-3 Kebidanan menjadi satu fakultas dengan nama Fakultas Ilmu Kesehatan (FIK).

Pada tahun 2008 upaya Universitas Muhammadiyah Surabaya dalam mengembangkan pelayanan kesehatan manusia secara komprehensif khususnya dalam menangani masalah psikologis manusia, maka berdasarkan SK Dirjen Dikti No. 2001/D/T/2008 tanggal 25 Juni 2008 telah dibuka program Studi S-I Psikologi. Pada tahun 2009 berdasarkan SK Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi No. 1272/D/T/2009 tanggal 31 Juli 2009 berdiri Program Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (S-2).



Pada tahun 2011 berdasarkan SK Mendiknas RI Nomor: 164/E/O/2011 tanggal 4 Agustus, Universitas Muhammadiyah Surabaya, menambah program profesi, yang merupakan bagian terintegrasi dari program studi ilmu keperawatan (S-1). Pada tahun 2012 berdasarkan SK Direktur jenderal Pendidikan Tinggi No. 48/E/O/2012 tanggal 8 Pebruari 2012 telah berdiri Program Studi Pedidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini (PG PAUD), selanjutnya pada tahun 2014 telah berdiri Program Studi Perbankan Syariah dengan SK Dirjen Pend. Islam Kemenag RI Nomor 3656 Tahun 2014 tanggal 1 Juli 2015.

Pada tahun 2015 Universitas Muhammadiyah Surabaya menambah 3 program studi, diantaranya S-1 Pendidikan Guru Sekolah Dasat dengan SK Menristekdikti RI Nomor 25/KPT/I/2015 tanggal 15 September 2015, S-2 Hukum Ekonomi Syariah dengan SK Dirjen Pendidikan Islam Nomor: 3243 Tahun 2015 tanggal 8 Juni 2015, dan S-1 PGMI dengan SK SK Dirjen Pend. Islam Kemenag RI Nomor 6063 Tahun 2015 tanggal 23 Oktober 2015, namun dalam perjalananya khusus untuk PGMI tidak ada proses penerimaan mahasiswa baru. Pada tahun 2016 dalam rangka pengembangan program studi dalam bidang kesehatan, maka Universitas Muhammadiyah Surabaya, diberi ijin untuk mendirikan program studi Pendidikan dokter dan profesi dokter, dengan SK Menristekdikti RI Nomor 124/KPT/I/2016 tanggal 23 Maret 2016.

Pada tahun 2018 Universitas Muhammadiyah Surabaya menambah 2 program studi, diantaranya S1 Kebidanan dan Profesi Bidang dengan SK SK Menristekdikti Nomor 896/KPT/I/2018 tanggal 16 Oktober 2018, dan Program

Studi Teknik Industri dengan SK Menristekdikti RI Nomor 981/KPT/I/2018 tanggal 8 November 2018. Pada tahun 2019 Universitas Muhammadiyah Surabaya diberi izin pembukaan program Studi S-1 Farmasi. SK Menristekdikti RI Nomor 730/KPT/I/2019 tanggal 19 Agustus 2019. Dalam Perkembangannya sampai dengan bulan September 2019, Program Studi di Universitas Muhammadiyah Surabaya telah terakreditasi oleh BAN-PT dan LAM-PT Kes.

#### **b. Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Surabaya**

##### **Visi**

Universitas Muhammadiyah Surabaya sebagai universitas yang unggul di bidang intelektualitas, moralitas, dan berjiwa entrepreneur

##### **Misi**

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran yang memiliki keunggulan inovasi dan berjiwa entrepreneur
2. Menyelenggarakan penelitian dan publikasi yang berkontribusi pada IPTEK dan inovasi
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis riset dan inovasi
4. Berperan sebagai pusat pengembangan Muhammadiyah, serta menyelenggarakan pembinaan dan pengembangan civitas akademika berdasarkan dengan nilai Al Islam dan Kemuhammadiyahan
5. Menyelenggarakan kerjasama dan tata kelola dengan prinsip *good governance*

#### **c. Tujuan Universitas Muhammadiyah Surabaya**

1. Menghasilkan lulusan yang beriman, berahlak, memiliki kompetensi profesional yang tinggi, serta unggul dalam inovasi dan berjiwa entrepreneur
2. Menghasilkan produk penelitian dan publikasi yang berkontribusi pada IPTEK dan inovasi
3. Menghasilkan produk pengabdian kepada masyarakat yang berbasis riset dan inovasi
4. Menghasilkan civitas akademika yang menjadi teladan, serta berprinsip pada nilai Al Islam dan Kemuhammadiyah melalui dakwah Islam dengan menegakkan amar makruf nahi munkar
5. Mewujudkan kerja sama dan pengelolaan universitas yang terencana, terorganisasi, produktif dan berkelanjutan

## **2. Profil Program Studi Manajemen**

### **a. Sejarah Program Studi Manajemen**

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 0141/0/1984, IKIP Muhammadiyah Surabaya, Institut Teknologi Muhammadiyah Surabaya, dan Universitas Muhammadiyah Gresik digabung menjadi satu dengan nama Universitas Muhammadiyah Surabaya. Seluruh jurusan yang ada di ketiga lembaga tersebut berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 0142/0/1984 di atas mendapat status terdaftar. Semula Universitas Muhammadiyah Surabaya terdiri atas tiga fakultas, yaitu Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan sebagai bentuk baru dari IKIP Muhammadiyah Surabaya,



Fakultas Teknik sebagai bentuk baru dari Institut Teknologi Muhammadiyah Surabaya, dan Fakultas Ekonomi sebagai bentuk baru dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik. Program Studi pertama yang dimiliki oleh Fakultas Ekonomi yaitu Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan dan Jurusan Manajemen.

Mulai tahun 2018, Fakultas Ekonomi berkembang menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan dua program studi yakni Akuntansi dan Manajemen. Program studi Manajemen memiliki tiga konsentrasi peminatan yaitu Manajemen Pemasaran, Manajemen Sumber Daya Manusia serta Manajemen Keuangan. Prodi Manajemen juga berkontribusi dalam kegiatan MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) dengan lolosnya mahasiswa dalam kegiatan Pertukaran Mahasiswa Merdeka-Dalam Negeri, Magang Studi Independen Bersertifikat, dan Kampus Mengajar.

#### **b. Visi dan Misi Program Studi Manajemen**

##### **Visi**

Berkontribusi dalam pengembangan Ilmu manajemen dengan keunggulan dalam Moralitas, Intelektualitas dan karakter jiwa kewirausahaan

##### **Misi**

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran di bidang Ilmu manajemen yang memiliki keunggulan inovasi dan berjiwa entrepreneur
2. Menyelenggarakan penelitian dan publikasi yang berkontribusi pada IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) dan inovasi dalam bidang pemasaran, SDM (Sumber Daya Manusia) dan keuangan

3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis riset dan inovasi bidang Ilmu Manajemen
4. Menyelenggarakan pembinaan dan pengembangan sivitas akademika prodi berdasarkan nilai Al Islam dan Kemuhammadiyah
5. Menyelenggarakan pendidikan tinggi program studi Manajemen dengan prinsip *good governance*

### **c. Tujuan Program Studi Manajemen**

1. Menghasilkan lulusan Manajemen yang beriman, berakhlak, memiliki kompetensi serta profesionalisme dalam bidang pemasaran, SDM dan keuangan yang unggul dalam inovasi dan berjiwa entrepreneur
2. Menghasilkan produk penelitian dan publikasi yang berkontribusi pada IPTEK dan inovasi bidang pemasaran, SDM dan keuangan
3. Menghasilkan produk pengabdian kepada masyarakat yang berbasis riset dan inovasi
4. Menghasilkan civitas akademika prodi yang menjadi teladan, serta berprinsip pada nilai Al Islam dan Kemuhammadiyah melalui dakwah Islam dengan menegakkan amar makruf nahi munkar
5. Mewujudkan kerjasama dan pengelolaan Program Studi Manajemen yang terencana, terorganisasi, produktif, dan berkelanjutan

## **B. Deskripsi Data Hasil Penelitian**

### **1. Deskripsi Karakteristik Responden**

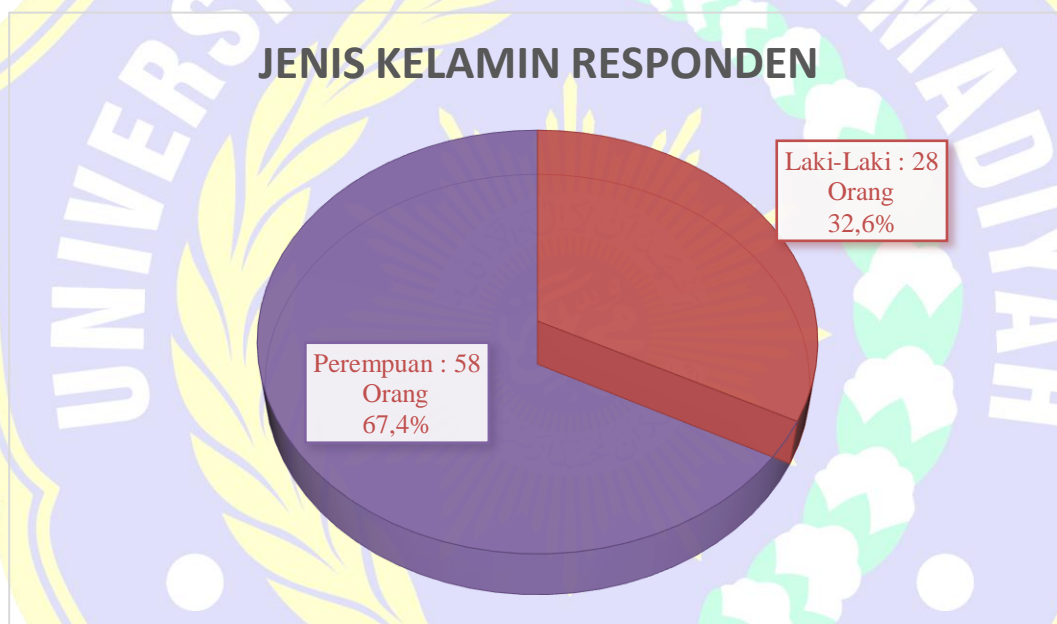
Pada penelitian ini, subjek yang dijadikan responden adalah sebagian mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2019 hingga angkatan 2022



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Kuesioner penelitian berisi 17 butir pernyataan yang terdiri dari 3 butir pernyataan untuk variabel Citra Merek (X1), 10 butir pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) dan 4 butir pernyataan untuk variabel Keputusan Memilih (Y). Berikut ini gambaran mengenai karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, angkatan dan usia.

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari data yang telah dikumpulkan, maka diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :



**Gambar 4.1. Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

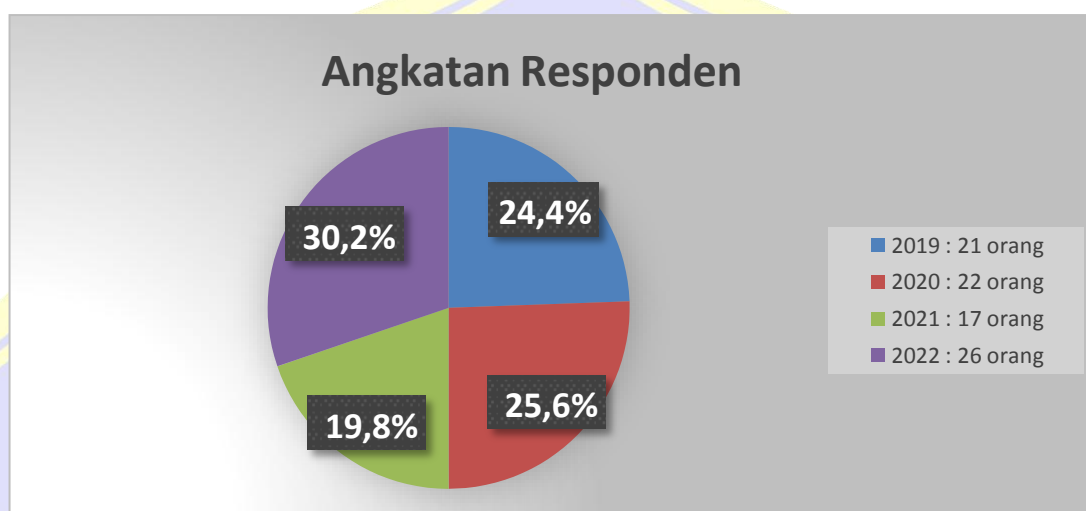
Pada Gambar 4.1. diperoleh informasi bahwa responden laki-laki sebanyak 28 orang atau 32,6% dan responden perempuan sebanyak 58 orang atau 67,4%.

Hal ini dapat menunjukkan bahwa jenis kelamin mahasiswa Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 58 orang atau 67,4%.

#### **b. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan**

Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan angkatan. Jumlah responden tiap angkatan ditentukan dengan memakai rumus Slovin.



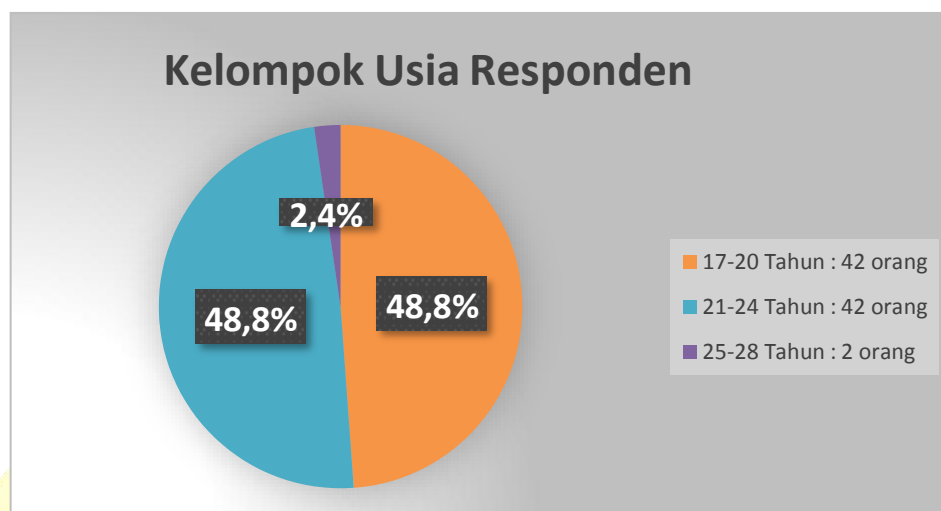
**Gambar 4.2. Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan**

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Dari Gambar 4.2. dapat kita ketahui jumlah responden dari masing-masing angkatan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Dimana angkatan 2019 sebanyak 21 orang atau sebesar 24,4%, angkatan 2020 sebanyak 22 orang atau 25,6%, angkatan 2021 sebanyak 17 orang atau 19,8% dan angkatan 2022 sebanyak 26 orang atau sebesar 30,2%. Responden terbanyak berasal dari angkatan 2022. Hal ini dikarenakan mahasiswa angkatan 2022 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya mempunyai jumlah paling banyak dibandingkan dengan angkatan yang lainnya.

### c. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Di bawah ini adalah karakteristik responden berdasarkan kelompok usia.



**Gambar 4.3. Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia**

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Berdasarkan Gambar 4.3. di atas, bisa didapatkan informasi bahwa kelompok usia responden 17-20 tahun dan 21-24 tahun mempunyai jumlah yang sama yaitu sebanyak 42 orang atau sebesar 48,8%. Sedangkan pada kelompok usia 25-28 tahun sebanyak 2 orang atau 2,4%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas usia mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya berada pada usia 17-24 tahun.

### 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert ketika melakukan pengukuran terhadap tanggapan responden yang dimulai dari skor 1 sampai dengan 5. Pernyataan pada kuesioner tersebut meliputi variabel Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Keputusan Memilih (Y). Berikut distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap masing-masing variabel penelitian :



### a. Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Citra Merek (X1)

Tanggapan responden terhadap variabel Citra Merek dapat diketahui sebagai berikut:

**Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Citra Merek (X1)**

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden										Mean	Total
		STS		TS		RR		S		SS			
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%		
<b>Citra Merek (X1)</b>													
1.	X1.1	0	0%	1	1,2%	21	24,4%	39	45,3%	25	29,1%	4,02	100%
2.	X1.2	0	0%	0	0%	17	19,8%	43	50%	26	30,2%	4,10	100%
3.	X1.3	1	1,2%	2	2,3%	8	9,3%	42	48,8%	33	38,4%	4,21	100%

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan kategorisasi terkait data jumlah skor hasil penelitian dengan cara membagi kategori jumlah skor menjadi rendah, sedang dan tinggi. Tujuannya adalah untuk mempresentasikan distribusi jumlah skor subjek penelitian secara umum. Berikut distribusi frekuensi dari pengkategorian jumlah skor variabel Citra Merek pada penelitian ini :

**Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Variabel Citra Merek (X1)**

Kategori Citra Merek					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	12	14.0	14.0	14.0
	Tinggi	74	86.0	86.0	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Dari Tabel 4.2. dapat diketahui sebanyak 12 responden (14%) mempunyai jumlah skor jawaban berkategori sedang dan sebanyak 74 responden (86%)

berkategori tinggi. Dapat disimpulkan, sebagian besar responden penelitian mempunyai jumlah skor jawaban berkategori tinggi terhadap pernyataan yang terdapat pada variabel Citra Merek (X1). Hal tersebut menunjukkan bahwa menurut responden Citra Merek Program Studi Manajemen dan Universitas Muhammadiyah Surabaya sangat bagus.

#### b. Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Berikut ini tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan :

**Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X2)**

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden										Mean	Total
		STS		TS		RR		S		SS			
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%		
<b>Kualitas Pelayanan (X2)</b>													
1.	X2.1	0	0%	7	8,1%	24	27,9%	38	44,2%	17	19,8%	3,76	100%
2.	X2.2	1	1,2%	1	1,2%	13	15,1%	53	61,6%	18	20,9%	4,00	100%
3.	X2.3	1	1,2%	7	8,1%	17	19,8%	45	52,3%	16	18,6%	3,79	100%
4.	X2.4	0	0%	3	3,5%	13	15,1%	49	57%	21	24,4%	4,02	100%
5.	X2.5	2	2,3%	4	4,7%	22	25,5%	36	41,9%	22	25,6%	3,84	100%
6.	X2.6	2	2,3%	8	9,4%	18	20,9%	45	52,3%	13	15,1%	3,69	100%
7.	X2.7	1	1,2%	3	3,4%	16	18,6%	49	57%	17	19,8%	3,91	100%
8.	X2.8	0	0%	7	8,1%	12	14%	51	59,3%	16	18,6%	3,88	100%
9.	X2.9	1	1,2%	6	7%	18	20,9%	42	48,8%	19	22,1%	3,84	100%
10.	X2.10	1	1,2%	5	5,8%	24	27,9%	39	45,3%	17	19,8%	3,77	100%

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Di bawah ini adalah tabel distribusi frekuensi dari pengkategorian jumlah skor variabel Kualitas Pelayanan :

**Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Variabel Kualitas Pelayanan (X2)**

Kategori Kualitas Pelayanan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	27	31.4	31.4	31.4
	Tinggi	59	68.6	68.6	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Dari Tabel 4.4. dapat diketahui bahwa jumlah skor jawaban yang berkategori sedang dimiliki oleh 27 orang responden atau sebesar 31,4%, sedangkan sebanyak 59 orang responden (68,6%) mempunyai jumlah skor jawaban berkategori tinggi pada variabel Kualitas Pelayanan. Bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian mempunyai jumlah skor jawaban berkategori tinggi terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada variabel Kualitas Pelayanan (X2). Sehingga hal ini menunjukkan bahwa menurut responden, kualitas pelayanan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya sangat bagus.

### c. Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Keputusan Memilih (Y)

Berikut merupakan tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Memilih :



Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Keputusan Memilih (Y)

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden										Mean	Total
		STS	%	TS	%	RR	%	S	%	SS	%		
		1		2		3		4		5			
<b>Keputusan Memilih (Y)</b>													
1.	Y.1	1	1,2%	3	3,5%	12	14%	36	41,8%	34	39,5%	4,15	100%
2.	Y.2	1	1,2%	9	10,4%	12	14%	40	46,5%	24	27,9%	3,90	100%
3.	Y.3	0	0%	5	5,8%	12	14%	53	61,6%	16	18,6%	3,93	100%
4.	Y.4	0	0%	3	3,5%	6	7%	46	53,5%	31	36%	4,22	100%

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Tabel berikut adalah tabel distribusi frekuensi dari pengkategorian jumlah skor variabel Keputusan Memilih pada penelitian ini :

Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Variabel Keputusan Memilih (Y)

Kategori Keputusan Memilih					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	22	25.6	25.6	25.6
	Tinggi	64	74.4	74.4	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Menurut Tabel 4.6 dapat kita ketahui bahwa sebanyak 22 orang responden atau sebesar 25,6% mempunyai jumlah skor jawaban berkategori sedang dan sebanyak 64 orang responden (74,4%) memiliki jumlah skor jawaban berkategori tinggi pada variabel Keputusan Memilih. Sehingga bisa disimpulkan sebagian besar responden memiliki jumlah skor jawaban berkategori tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa keputusan responden

memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya adalah pilihan yang tepat.

### 3. Uji Instrumen

Kuesioner penelitian perlu diuji coba terlebih dahulu sebelum disebarkan kepada responden penelitian. Responden uji coba instrumen adalah orang yang memiliki karakteristik tidak jauh berbeda dengan responden penelitian. Tujuan uji coba instrumen adalah untuk menguji alat ukur yang digunakan apakah valid dan *reliabel*. Dalam pengujian validitas dan reliabilitas instrument disarankan terhadap 30 responden (Zamzam dan Marnisah, 2021). Instrumen pengumpulan data (khususnya kuesioner) yang baik, paling tidak harus memenuhi uji berikut :

#### a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji yang dipakai untuk menggambarkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat mengukur sesuatu apa yang diukur. Uji validitas dipakai untuk mengukur sah, atau valid tidaknya dari suatu kuesioner. Suatu kuesioner bisa dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mempunyai kemampuan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Zamzam dan Marnisah, 2021). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan mengkorelasi item menggunakan *Pearson Correlation*. Dasar keputusan yang diambil adalah membandingkan Nilai Sig. (2-tailed) dengan Probabilitas 0,05 :

- i. Apabila nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 dan *Pearson Correlation* bernilai positif, maka item soal pada kuesioner tersebut valid

- ii. Apabila nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 dan *Pearson Correlation* bernilai negatif, maka item soal pada kuesioner tersebut tidak valid
- iii. Apabila nilai Sig. (2-tailed) > 0,05, maka item soal pada kuesioner tersebut tidak valid (Yusup, 2018)

Adapun hasil perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Pernyataan</b>	<b><i>Pearson Correlation</i></b>	<b><i>Sig.</i></b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>Keterangan</b>
<b>Citra Merek (X1)</b>	X1.1	0,850	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,913	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,923	0,000	0,05	Valid
<b>Kualitas Pelayanan (X2)</b>	X2.1	0,807	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,790	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,779	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,749	0,000	0,05	Valid
	X2.5	0,822	0,000	0,05	Valid
	X2.6	0,799	0,000	0,05	Valid
	X2.7	0,854	0,000	0,05	Valid
	X2.8	0,847	0,000	0,05	Valid
	X2.9	0,899	0,000	0,05	Valid
	X2.10	0,798	0,000	0,05	Valid
<b>Keputusan Memilih (Y)</b>	Y.1	0,922	0,000	0,05	Valid
	Y.2	0,938	0,000	0,05	Valid
	Y.3	0,892	0,000	0,05	Valid
	Y.4	0,915	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)



Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, dapat diketahui *Pearson Correlation* dari pernyataan masing-masing variabel bernilai positif dan nilai *Sig. (2-tailed) < 0,05* sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang terdapat pada variabel Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Keputusan Memilih (Y) dinyatakan valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana suatu alat ukur bisa dipercaya atau bisa diandalkan. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang kita dapatkan dari kuesioner yang dibagikan. Jawaban yang berasal dari kuesioner, bisa dikatakan *reliabel* atau handal apabila jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan untuk pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas yaitu sebagai berikut :

- i. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$  maka kuesioner dinyatakan *reliabel* atau konsisten
- ii. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,6$  maka kuesioner dinyatakan tidak *reliabel* atau tidak konsisten (Teni dan Yudianto, 2021).

Di bawah ini adalah tabel hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* :

Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
1.	Citra Merek (X1)	0,876	0,6	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	0,941		Reliabel
3.	Keputusan Memilih (Y)	0,934		Reliabel

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Dari Tabel 4.8. di atas, menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) pada semua variabel lebih besar dari standar reliabilitas (0,6). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang terdapat pada variabel Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Keputusan Memilih (Y) dinyatakan dapat dipercaya (*reliabel*) sebagai alat ukur variabel penelitian dan dapat digunakan kembali untuk penelitian selanjutnya.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan uji analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh hubungan variabel bebas (citra merek, kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (keputusan memilih). Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, ada syarat atau asumsi yang harus dipenuhi agar hasil dari regresi linier berganda valid dan dapat menjelaskan hipotesis dari penelitian. Asumsi yang harus dipenuhi berupa uji asumsi klasik yang meliputi sebagai berikut :

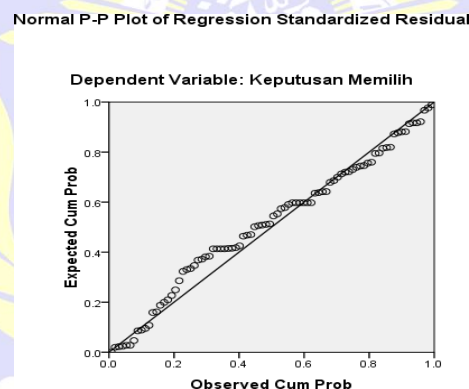
##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ini baik variabel dependen (variabel terikat) maupun variabel independen

(variabel bebas) atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik menunjukkan distribusi data normal atau mendekati normal. Terdapat berbagai cara untuk mendeteksi normalitas dengan mengamati penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Pada uji normalitas ini, dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- i. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal, maka regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas
- ii. Apabila data menyebar dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas (Suardi, 2019).

Berikut ini adalah hasil uji normalitas berdasarkan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. :



**Gambar 4.4. Hasil Uji Normalitas PP Plot**

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Selain itu, uji normalitas dalam penelitian ini juga memakai metode Kolmogorov Smirnov. Berikut ini pedoman untuk mengambil keputusan apakah suatu distribusi data mengikuti distribusi normal atau tidak :



- i. Jika nilai signifikansi (nilai probabilitasnya)  $< 0,05$  maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal
- ii. Jika nilai signifikansi (nilai probabilitasnya)  $> 0,05$  maka dinyatakan data berdistribusi normal (Pratama dan Permatasari, 2021).

Tabel di bawah ini adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov :

**Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.74559847
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.052
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.928
Asymp. Sig. (2-tailed)		.355
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Berdasarkan Gambar 4.4. Hasil Uji Normalitas PP Plot dapat dilihat bahwa data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal. Sedangkan berdasarkan Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dapat kita ketahui nilai signifikansi (*Asymptotic Significance*)  $> 0,05$  yaitu sebesar 0,355. Dari hasil uji normalitas menggunakan PP Plot dan Kolmogorov Smirnov dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas pada suatu penelitian mempunyai unsur-unsur yang sama. Sebaiknya, antara variabel-variabel bebas yang akan dianalisis tidak diperbolehkan mengandung aspek, indikator, ataupun dimensi yang sama, karena jika antar variabel bebas mengandung aspek atau indikator yang sama maka koefisien regresi yang diperoleh menjadi bias dan tidak bermakna. Uji multikolinearitas dalam model regresi bisa ditentukan berdasarkan pada nilai *Tolerance* (toleransi) dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan nilai *Tolerance* dan VIF adalah sebagai berikut:

#### **Pedoman Keputusan Berdasarkan Nilai *Tolerance***

- i. Apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 maka bisa diartikan tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi
- ii. Apabila nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka bisa diartikan terjadi multikolinearitas dalam model regresi

#### **Pedoman Keputusan Berdasarkan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)**

- i. Apabila nilai VIF  $< 10,00$  maka mempunyai arti tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi
- ii. Apabila nilai VIF  $> 10,00$  maka mempunyai arti terjadi multikolinearitas dalam model regresi (Widana dan Muliani, 2020).

Berikut ini hasil dari Uji multikolinearitas:

Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.678	1.341		2.742	.007		
	Citra Merek	.368	.158	.257	2.334	.022	.453	2.209
	Kualitas Pelayanan	.207	.043	.528	4.800	.000	.453	2.209
a. Dependent Variable: Keputusan Memilih								

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Tabel 4.10. di atas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* variabel Citra Merek dan Kualitas Pelayanan adalah sama yaitu sebesar  $0,453 > 0,10$ . Begitupun nilai VIF untuk variabel Citra Merek dan Kualitas Pelayanan juga sama dengan nilai  $2,209 < 10,00$ . Dari nilai *Tolerance* dan nilai VIF tersebut, maka bisa diartikan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi atau tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel bebas dalam regresi tersebut.

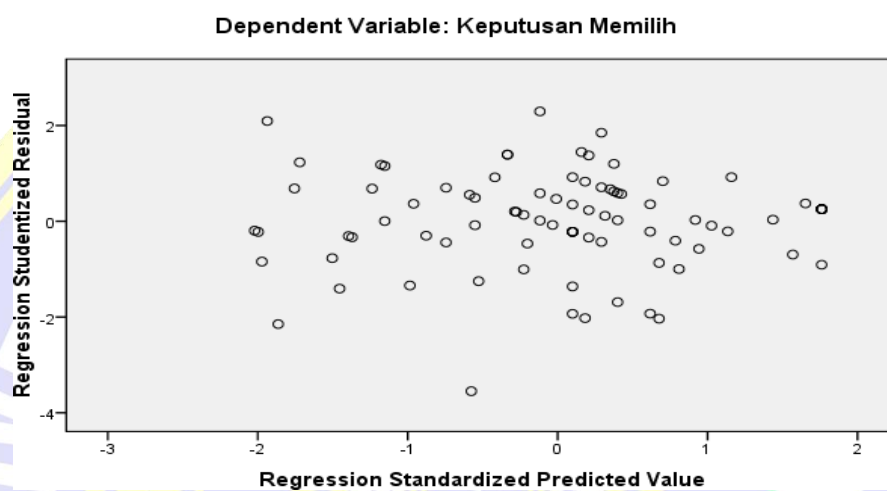
### c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Biasanya apabila dalam suatu model analisis regresi ada bias atau penyimpangan, estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit hal ini dikarenakan varian data yang tidak konsisten. Dalam penelitian ini, untuk bisa mengetahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas pada suatu model regresi yaitu dengan cara melihat grafik *scatterplot*. Apabila ketika dianalisis menggunakan grafik plotnya (*scatter*), kemudian tidak terdapat pola tertentu dan menyebar di atas maupun di bawah



angka nol sumbu y maka bisa dipastikan tidak ada gejala heteroskedastisitas. Model penelitian yang baik ialah tidak terdapat heteroskedastisitas agar tidak ada bias atau penyimpangan antara satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Widana dan Muliani, 2020). Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas :

Scatterplot



Gambar 4.5. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Berdasarkan Gambar 4.5. dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar ke atas dan ke bawah angka nol sumbu y dan tidak membentuk pola tertentu, maka bisa dipastikan bahwa data penelitian ini tidak ada gejala heteroskedastisitas.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah melakukan uji asumsi klasik, maka peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda karena dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui pengaruh hubungan lebih dari satu variabel bebas (citra merek, kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (keputusan memilih). Adapun

hasil uji regresi linier berganda menggunakan program SPSS akan ditampilkan sebagai berikut :

**Tabel 4.11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.678	1.341		2.742	.007
	Citra Merek	.368	.158	.257	2.334	.022
	Kualitas Pelayanan	.207	.043	.528	4.800	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 4.11. maka persamaan regresi yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Y = 3,678 + 0,368 X_1 + 0,207 X_2 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa :

1. Bilangan kostanta mempunyai nilai sebesar 3,678. Hal tersebut berarti apabila variabel bebas Citra Merek ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) bernilai konstan, maka besarnya variabel terikat yaitu Keputusan Memilih ( $Y$ ) adalah sebesar 3,678 satuan.
2. Citra Merek ( $X_1$ ) memiliki nilai koefisien sebesar 0,368. Hal tersebut menandakan bahwa koefisien Citra Merek ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap Keputusan Memilih ( $Y$ ). Apabila variabel bebas Citra Merek mengalami kenaikan satu kesatuan maka keputusan mahasiswa memilih Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya akan meningkat sebesar 0,368 satuan. Artinya semakin tinggi nilai Citra Merek maka semakin tinggi nilai Keputusan Memilih.

3. Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,207. Hal ini menggambarkan bahwa koefisien Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap Keputusan Memilih (Y). Apabila variabel bebas Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan satu kesatuan maka keputusan mahasiswa memilih Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya akan meningkat sebesar 0,207 satuan. Artinya semakin tinggi nilai Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi nilai Keputusan Memilih.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Citra Merek (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif atau searah dengan variabel terikat Keputusan Memilih (Y).

#### 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui serta mengukur seberapa pengaruh variabel Citra Merek dan Kualitas pelayanan terhadap variabel Keputusan Memilih. Berikut ini hasil dari Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) :

**Tabel 4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 <sup>a</sup>	.545	.534	1.767

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Merek

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)



Dari Tabel 4.12. dapat kita ketahui nilai dari Adjusted R Square adalah 0,534 yang berarti bahwa pengaruh variabel Citra Merek dan Kualitas pelayanan terhadap variabel Keputusan Memilih sebesar 53,4%. Sedangkan 46,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

### C. Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan hipotesis yang telah disusun dan ditetapkan sebelumnya, maka untuk pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Uji Secara Parsial (Uji t) dan Uji Secara Simultan (Uji F) dengan bantuan software SPSS.

#### 1. Uji t

Tujuan Uji t adalah untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel bebas secara parsial (satu-satu) terhadap variabel terikat. Pengujian uji t bisa dilakukan dengan menggunakan program SPSS dimana kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka :
  - a)  $H_a$  diterima dikarenakan adanya pengaruh yang signifikan
  - b)  $H_0$  ditolak dikarenakan tidak adanya pengaruh yang signifikan
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka :
  - a)  $H_a$  ditolak dikarenakan tidak adanya pengaruh yang signifikan
  - b)  $H_0$  diterima dikarenakan adanya pengaruh yang signifikan

(Lestari dkk, 2019).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% maka nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 dan menggunakan pengujian satu arah. Berikut rumus

untuk menentukan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) yang digunakan dalam membaca t tabel :

$$df = n - k$$

**Keterangan :**

*df* = *degree of freedom*

*n* = jumlah sampel

*k* = banyaknya variabel (bebas dan terikat) (Nuryadi dkk, 2017).

Penelitian ini memiliki *degree of freedom* (df) sebesar 83 dengan perhitungan sebagai berikut :

$$df = 86 - 3 = 83$$

Dengan *df* sebesar 83,  $\alpha$  sebesar 0,05 serta menggunakan pengujian satu arah, maka nilai dari t tabel adalah 1,66342. Sedangkan berikut ini adalah nilai dari t hitung dengan menggunakan program SPSS :

**Tabel 4.13. Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.678	1.341		2.742	.007
	Citra Merek	.368	.158	.257	2.334	.022
	Kualitas Pelayanan	.207	.043	.528	4.800	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS v.25 (2023)

Berdasarkan pada Tabel di atas, maka dapat diperoleh uji hipotesis sebagai berikut :

#### a. Pengujian Hipotesis 1

Dari hasil analisis regresi linier berganda, pada variabel citra merek diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yakni  $2,334 > 1,66342$  dan nilai signifikansi  $0,022 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

#### b. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada variabel kualitas pelayanan, diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yakni  $4,800 > 1,66342$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

## 2. Uji F

Uji F digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Uji F bisa dilakukan menggunakan program SPSS, dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

1. Apabila  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel dan nilai Signifikansi  $<$   $0,05$  maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat



2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai Signifikansi  $> 0,05$  maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Lestari dkk, 2019).

Di bawah ini adalah rumus untuk menentukan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) yang digunakan dalam membaca F tabel :

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

**Keterangan :**

$df1$  = *degree of freedom* atau derajat bebas untuk pembilang

$df2$  = *degree of freedom* atau derajat bebas untuk penyebut

$n$  = jumlah sampel

$k$  = banyaknya variabel (bebas dan terikat) (Nuryadi dkk, 2017).

Penelitian ini memiliki masing-masing *degree of freedom* (df) dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} df1 &= k - 1 \\ &= 3 - 1 = 2 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} df2 &= n - k \\ &= 86 - 3 = 83 \end{aligned}$$

Berdasarkan nilai  $df1 = 2$  dan  $df2 = 83$  dan  $\alpha$  sebesar 0,05 maka nilai dari F tabel adalah sebesar 3,11. Selanjutnya di bawah ini adalah nilai F hitung dengan menggunakan program SPSS :

Tabel 4.14. Hasil Uji F

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310.635	2	155.317	49.773	.000 <sup>a</sup>
	Residual	259.005	83	3.121		
	Total	569.640	85			
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Merek						
b. Dependent Variable: Keputusan Memilih						

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS (2023)

Pada Tabel 4.14. di atas, dapat kita ketahui bahwa nilai dari F hitung  $>$  F tabel yaitu  $49,773 > 3,11$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima yang berarti citra merek dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

#### D. Pembahasan

##### 1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Memilih

Dari hasil uji t pada variabel citra merek diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel yakni  $2,334 > 1,66342$  dan nilai signifikansi  $0,022 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Hasil penelitian ini didukung penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Harahap dkk (2020) berjudul “Pentingnya Citra Universitas dalam Memilih Studi di Perguruan Tinggi” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa citra

universitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih studi serta penelitian lain yang dilakukan oleh Murti (2019) dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi” dimana dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi Pendidikan Ekonomi di STKIP PGRI Tulungagung.

Seiring dengan berjalannya waktu, produk jasa di bidang pendidikan mengalami pertumbuhan yang pesat maka tidak mengherankan semakin banyak bermunculan perguruan tinggi sehingga dapat meningkatkan persaingan di antara perguruan tinggi tersebut (Kuswardani dan Rusdianti, 2010). Masing-masing perguruan tinggi harus meningkatkan citra mereka karena citra perguruan tinggi merupakan salah satu elemen kunci *intangibile resources* (sumber daya tidak berwujud) yang akan menjadi sumber dari penciptaan kondisi keunggulan daya saing berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) (Dirgantari, 2012).

Citra baik membuat suatu perguruan tinggi mendapatkan nilai positif di mata mahasiswa. Selanjutnya dari pandangan yang positif akan membuat mahasiswa memiliki ketertarikan pada perguruan tinggi tersebut yang nantinya secara otomatis di benak mahasiswa akan timbul pemikiran bahwa perguruan tinggi tersebut berkualitas baik (Murti, 2019). Citra baik dari perguruan tinggi merupakan hal yang sangat penting yang menjadi bahan pertimbangan



mahasiswa dimana bisa berdampak pada keputusan mahasiswa untuk memilih melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi tersebut (Harahap dkk, 2020).

Pada penelitian ini, hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa Universitas Muhammadiyah Surabaya secara umum memiliki citra yang bagus dan sudah dikenal di kalangan mahasiswa. Hal ini bisa dilihat dari 74 orang responden (86%) memiliki jumlah skor jawaban berkategori tinggi pada variabel Citra Merek. Karena hal tersebut, mahasiswa mempunyai ketertarikan pada Universitas Muhammadiyah Surabaya serta menjadikannya untuk bahan pertimbangan yang pada akhirnya membuat mahasiswa memutuskan memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya sebagai tempat melanjutkan pendidikannya. Citra baik juga dimiliki oleh Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya dimana sebagian besar responden merasa dengan melanjutkan studi di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya dapat meningkatkan prestise atau harga diri dan eksistensi mereka. Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya juga berkualitas baik hal ini dibuktikan dengan tanggapan sebagian besar responden bahwa melanjutkan studi di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan mereka untuk bersaing di dunia kerja nantinya.

Selama ini Universitas Muhammadiyah Surabaya telah memiliki citra sebagai *Excellent Teaching University* yang memenuhi standar nasional. Hal ini dapat terlihat dari kompetensi dan keunggulan institusi, serta terjalinnya kerjasama dengan berbagai pihak. Universitas Muhammadiyah Surabaya masuk

ke dalam top sepuluh peringkat Universitas Terbaik Se-Surabaya menurut penilaian yang dilakukan oleh *Indonesia University Ranking UniRank* Oktober 2021. Berdasarkan “Rencana Strategis Universitas Muhammadiyah Surabaya 2021-2025”, dapat diketahui bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan prestasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surabaya di bidang kreatifitas, seni, dan olahraga pada tingkat nasional maupun internasional. Dalam bidang pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surabaya mempunyai kurikulum pendidikan tinggi yang sudah terstandar dengan kerangka kualifikasi nasional Indonesia serta memiliki 311 dosen dengan pendidikan minimal S2 di berbagai bidang ilmu, dengan jumlah yang sedang melakukan studi lanjut ke S3 sejumlah 67 orang, jumlah dosen yang berpendidikan S3 sejumlah 49 orang, dan rasio dosen dengan mahasiswa 1: 18. Universitas Muhammadiyah Surabaya memiliki 63 kerjasama luar negeri dan 92 kerjasama dalam negeri. Selain itu, Universitas Muhammadiyah Surabaya memiliki sistem branding yang progresif, dengan rata-rata berita tentang universitas setiap bulan minimal 3 kali dari berbagai media. Dengan adanya citra baik yang dimiliki oleh Universitas Muhammadiyah Surabaya, maka semakin banyak mahasiswa yang memutuskan untuk berkuliah di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Kondisi ini ditunjukkan berdasarkan *trend* peningkatan jumlah mahasiswa yang mendaftar di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya telah mendapatkan predikat akreditasi “B” oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT). Selain akreditasi, citra baik pada Prodi Manajemen tergambar

melalui prestasi-prestasi mahasiswa baik di bidang akademik maupun non akademik. Prodi Manajemen memiliki kurikulum yang adaptif terhadap perkembangan ilmu manajemen, teknologi, dan tuntutan praktik serta kualitas dosen semakin meningkat dalam pencapaian gelar jabatan fungsional akademik. Lulusan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya, mampu bekerja di berbagai bidang dengan menjadi tenaga ahli dalam bidang pemasaran, tenaga ahli dalam bidang SDM (Sumber Daya Manusia), tenaga ahli dalam bidang keuangan dan lain sebagainya. Melihat citra baik dari Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya, mahasiswa menjadikan Prodi Manajemen sebagai pilihan untuk melanjutkan studinya. Hal tersebut direpresentasikan dengan jumlah mahasiswa Prodi Manajemen rata-rata setiap tahunnya mengalami peningkatan.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih**

Dari hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan, diperoleh nilai t hitung  $> t$  tabel yakni  $4,800 > 1,66342$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Supardin dkk (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Biaya Pendidikan dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Memilih Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi”. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas



pelayanan secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi dengan  $t$  Hitung sebesar 6.031 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Penelitian lain yang dilakukan Murtiningsih dan Hendrawan (2022) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih Berkuliah” Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai nilai  $t$  Hitung 2.901  $>$  nilai  $t$  Tabel 1,65936 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$  yang dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kuliah.

Perguruan tinggi merupakan salah satu dunia usaha baru yang cukup potensial yang bergerak di bidang jasa dengan konsumennya adalah mahasiswa. Di institusi perguruan tinggi, salah satu tujuan penting yang harus dicapai yaitu memberikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh pada perguruan tinggi untuk mencapai daya saing antar perguruan tinggi dalam mendapatkan mahasiswa (Dirgantari, 2012).

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perguruan tinggi harus memenuhi kriteria pendidikan tinggi sesuai dengan apa yang diharapkan dan dibutuhkan mahasiswa. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, akan memberikan pengaruh positif pada mahasiswa dimana mereka percaya bahwa perguruan tinggi tersebut mampu memenuhi kebutuhannya sehingga berdampak pada keputusan mahasiswa untuk memilih melanjutkan studi di program studi perguruan tinggi tersebut (Murtiningsih dan Hendrawan, 2022).

Kualitas pelayanan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya sangat bagus. Terlihat sebanyak 59 orang responden (68,6%) mempunyai jumlah skor jawaban berkategori tinggi pada variabel Kualitas Pelayanan. Selain itu, bisa dilihat berdasarkan tanggapan responden yang memberikan persepsi baik pada item-item kualitas pelayanan seperti staf dan karyawan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya berpenampilan rapi dan menarik; ketika memberikan pelayanan, staf bagian pelayanan akademik Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya memberikan data yang akurat dan terpercaya serta menghindari kesalahan seminimal mungkin; Dosen dan karyawan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya selalu memberikan kejelasan informasi dalam mengurus keperluan mahasiswa. Dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, sebagian besar responden meyakini bahwa memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya adalah pilihan yang tepat.

Menurut “Laporan Audit Mutu Internal Akademik (AMIA) Tahun 2021-2022 Universitas Muhammadiyah Surabaya”, dapat diketahui bahwa capaian kinerja Prodi Manajemen berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan mempunyai skor akhir sebesar 330,07 dengan indeks rata-rata kriteria sebesar 3,39 dimana hasil tersebut masuk ke dalam kategori baik sekali. Pada kriteria kemahasiswaan, berada dalam rentang indeks kinerja sebesar 3,0-3,49 (baik sekali). Penilaian kriteria kemahasiswaan menunjukkan bahwa Prodi

Manajemen menyediakan pelayanan kemahasiswaan dalam bentuk pembimbingan akademik serta pelayanan beasiswa. Pembimbingan akademik diwujudkan dalam bentuk bimbingan dan konseling dari para pembimbing akademik/dosen wali bagi mahasiswa dalam menyusun dan merencanakan program perkuliahan agar efektif dan efisien. Layanan beasiswa diberikan kepada mahasiswa berprestasi yang berasal dari keluarga kurang mampu agar mempunyai kesempatan melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi. Prodi Manajemen memberikan kemudahan akses dan kualitas pelayanan yang baik untuk seluruh bentuk pelayanan kemahasiswaan. Indeks kinerja pada kriteria Sumber Daya Manusia (SDM) berada di rentang 3,5- 4 (Unggul). Hal ini bisa terlihat dari gambaran Prodi Manajemen yang mempunyai tenaga kependidikan yang memenuhi tingkat kecukupan dan kualifikasi berdasarkan kebutuhan pelayanan program studi dan mendukung pelaksanaan akademik, fungsi unit pengelola serta pengembangan program studi. Pada kriteria Sarana dan Prasarana juga berada di rentang 3,5- 4 (Unggul). Prodi Manajemen mempunyai sarana dan prasarana yang memenuhi seluruh kebutuhan akan penyelenggaraan program pendidikan, penelitian dan PkM (Program Kreativitas Mahasiswa) serta memenuhi standar perguruan tinggi. Prodi Manajemen menyediakan fasilitas belajar yang baik, seperti : ruang kelas, peralatan dan perlengkapan belajar. Fasilitas lain dalam menunjang aktivitas dan kegiatan belajar mengajar seperti perpustakaan, laboratorium Koperasi dan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), Galeri Investasi beserta laboratorium MSDM (Manajemen Sumber Daya Manusia). Adanya hasil



penilaian Audit Mutu Internal Akademik (AMIA) yang baik yang didapatkan oleh Prodi Manajemen, maka berdampak pada animo mahasiswa untuk memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya yang ditunjukkan dengan adanya *trend* peningkatan jumlah mahasiswa.

### **3. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Memilih**

Berdasarkan hasil penelitian dapat kita ketahui bahwa nilai dari F hitung  $> F$  tabel yaitu  $49,773 > 3,11$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima yang berarti citra merek dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Hasil penelitian ini sama seperti dengan penelitian yang dilakukan oleh Lopez (2015) yang berjudul “Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Studi Mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya” dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa dari perhitungan uji simultan (Uji F) menggunakan SPSS diketahui tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan dan kesadaran harga secara bersamaan (secara simultan) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

Mahasiswa akan mempertimbangkan citra dari Universitas Muhammadiyah Surabaya dan Prodi Manajemen serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh

Prodi Manajemen ketika mahasiswa memutuskan untuk memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya sebagai tempat studinya. Hal ini bisa dilihat dari tanggapan responden yaitu sebagian besar responden secara aktif mencari informasi mengenai Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya sebelum menempuh pendidikan tersebut dan mereka memperoleh informasi secara lengkap tentang keunggulan dan kualitas belajar di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Keputusan mahasiswa dalam memilih Prodi Manajemen menjadi sangat penting karena akan mempengaruhi keberlangsungan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya dalam mencapai tujuannya. Peningkatan keputusan memilih pada mahasiswa bisa berdampak baik bagi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya untuk mampu bersaing dan lebih unggul di antara perguruan tinggi yang lain. Keputusan memilih yang lebih baik akan dapat diperoleh apabila Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya memiliki citra merek yang kuat. Hal ini dikarenakan, citra tersebut secara otomatis sudah tertanam di benak mahasiswa. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh Prodi Manajemen kepada mahasiswa akan meningkatkan keputusan mahasiswa dalam memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya. Pelayanan yang optimal dapat memberikan kesan positif sehingga mahasiswa akan lebih tertarik dan antusias untuk memilih Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.