

Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin

Muhammad Teguh Nuryadin¹, Riswan Yunida², Padli³

Politeknik Negeri Banjarmasin, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, 70124

ARTICLE INFO

Keywords:

Ekuitas Merek
Keputusan Memilih
Politeknik Negeri Banjarmasin



Received: 18 November 2019

Received in revised:

02 Desember 2019

Accepted: 02 Desember 2019

Published: 19 Desember 2019

Open Access

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan dan pengaruh secara parsial antara Ekuitas Merek terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik analisa data menggunakan regresi linier berganda menggunakan bantuan Software SPSS dengan mengumpulkan data primer menggunakan kuesioner yang di bagi kepada responden yaitu mahasiswa Politeknik Negeri Banjarmasin. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa yang diambil menggunakan teknik Purposive Judgement Sampling dimana yang menjadi sampel penelitian adalah semua mahasiswa semester baru dengan tujuan agar alasan mereka memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin masih hangat diingatan mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari Ekuitas Merek yang terdiri dari Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Kesan Kualitas, dan Asosiasi Merek terhadap Keputusan Mahasiswa, kesadaran merek dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, kesan kualitas dan Asosiasi Merek tidak berpengaruh signifikan.

Keywords: Ekuitas Merek, Keputusan Memilih, Politeknik Negeri Banjarmasin,

1. Pendahuluan

Peran institusi perguruan tinggi dalam berkontribusi untuk kemajuan bangsa sangat penting. Perguruan tinggi menjadi ujung tombak dalam mencetak sumber daya manusia yang unggul dan terampil serta siap kerja. Kualitas manusia Indonesia tidak lepas dari peran perguruan tinggi diseluruh Indonesia dalam membentuk karakter dan mentalitas kerja unggul yang nantinya akan menjadi para pemimpin dimasa depan.

Hal inilah yang membuat persaingan antar perguruan tinggi negeri maupun swasta sangat tinggi. Setiap perguruan tinggi berlomba untuk merebut pasar potensial calon mahasiswa dengan memberikan banyak pilihan dan spesifikasi bidang ilmu keahlian yang mereka tawarkan. Persaingan tersebut memberikan keuntungan bagi mahasiswa dalam menganalisa minat mereka sebelum menentukan pilihan perguruan tinggi mana yang akan mereka pilih untuk melanjutkan studinya.

Ekuitas Merek perguruan tinggi merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan daya tarik calon mahasiswa baru untuk menjadikannya sebagai pilihan studinya. Fokus persaingan perguruan tinggi disini mengarah pada program studi yang ada pada perguruan tinggi tersebut. Mahasiswa yang rasional akan memilih program studi yang bermutu. Schiffman dan Kanuk (2008 : 5) mengatakan bahwa perilaku konsumen dalam membeli barang/jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya psikologis, lingkungan individu dan bauran pemasaran. Serta hal yang tidak

dipungkiri adalah citra merek dari institusi perguruan tinggi sangat berpengaruh terhadap keputusan orang untuk memilih melanjutkan studinya di perguruan tinggi yang mereka pilih.

Brand atau merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol atau kombinasi dari semuanya yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa agar dapat menjadi pembeda atau identitas dari para pesaingnya. Menurut Kotler dan Keller (2009:332) Brand dapat menandakan satu tingkat mutu tertentu yang dapat mempengaruhi atau menuntun pembeli untuk membeli produk atau jasa tersebut.

Politeknik Negeri banjarmasin merupakan institusi pendidikan vokasi yang ada di kota Banjarmasin dan merupakan satu satunya yang berstatus negeri. Hal ini sangat potensial dalam menarik minat dari calon mahasiswa untuk memilih berkuliah di politeknik negeri banjarmasin. Kurikulum yang berbasis praktik yang diterapkan dengan tujuan mencetak tenaga profesional yang siap kerja yang senada dengan program Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Sehingga sangat sesuai dan potensial bagi para siswa dari SMK yang ingin melanjutkan kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin.

Politeknik Negeri Banjarmasin juga dikenal sebagai perguruan tinggi yang memiliki prestasi prestasi akademik dan non akademik baik ditingkat lokal maupun ditingkat nasional bahkan inter-

* Corresponding author

E-mail addresses: teguhnyadin@poliban.ac.id

2614-6983/ © 2018 P3M Politeknik Negeri Bengkalis. All rights reserved.

nasional seperti Juara Liga Mahasiswa Bola Basket regional Indonesia Timur, Juara Liga Mahasiswa Futsal Regional Kalimantan, Juara III Kontes Robot Nasional Regional III, Juara Asia Sorinji Kempo dan banyak prestasi lainnya.

Dengan Prestasi tersebut membuat kekuatan Merek Politeknik Negeri Banjarmasin semakin meningkat yang muaranya akan menarik minat para calon mahasiswa untuk berkuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin.

2. Metode Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah deskriptif Kuantitatif dengan menganalisa pengaruh secara simultan dan secara parsial dari Ekuitas Merek yang terdiri Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Kesan Kualitas dan Asosiasi Merek terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin dengan membagikan kuesioner kepada 100 Mahasiswa yang ditentukan berdasarkan teknik Purposive Judgement sampling yaitu pemilihan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yang dikembangkan dikarenakan peneliti menyadari bahwa sampel yang dipilih memiliki informasi baik dan benar mengenai apa yang ditanyakan dalam penelitian. Sampel dalam penelitian ini diambil dari mahasiswa semester baru dengan alasan ingatan mereka untuk memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin masih sangat hangat diingatan mereka.

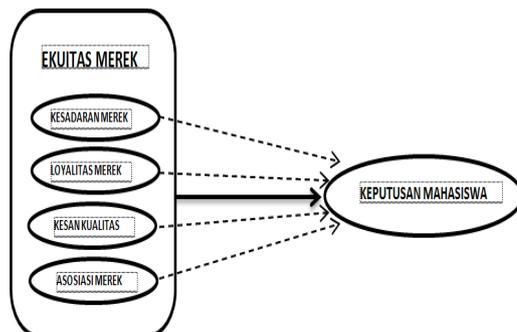
3. Kajian Pustaka

Ekuitas merek adalah seperangkat aset dan liabilitas merek yang terkait dengan suatu merek, nama, simbol, yang mampu menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah produk atau jasa baik pada perusahaan maupun pada pelanggan. Agar aset dan liabilitas mendasari ekuitas merek, maka aset dan liabilitas merek harus berhubungan dengan nama atau sebuah simbol sehingga jika dilakukan perubahan terhadap nama dan simbol merek, beberapa atau semua aset dan liabilitas yang menjadi dasar ekuitas merek akan berubah pula (Simamora, 2002)

Ekuitas merek terdiri dari beberapa elemen yaitu; kesadaran merek, loyalitas merek, kesan kualitas dan Asosiasi merek yang semuanya akan saling berkaitan dalam mewujudkan kekuatan sebuah merek dari produk maupun jasa.

4. Hasil dan Pembahasan

Model Penelitian



Gambar 1. Rangkuman hasil pengujian regresi linier berganda menggunakan spss

Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah menduga terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari Ekuitas merek yang terdiri dari Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Kesan Kuliats dan Asosiasi Merek terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin.

Tabel 1. Rangkuman hasil pengujian regresi linier berganda menggunakan spss

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig	F partial	r partial ²
Keputusan Mahasiswa (Y)	Kesadaran Merek (X1)	0,349	2,147	0,034	0,215	0,046
	Loyalitas Merek (X2)	0,366	3,529	0,001	0,340	0,115
	Kesan Kualitas (X3)	-,052	-,423	0,674	-0,43	0,018
	Asosiasi Merek (X4)	0,179	1,553	0,124	0,157	0,024
Konstanta = 4,580			F hitung = 10,016			
R = 0,545			Sig F = 0,000			
R Square = 0,297			F tabel = 2,47			
Adjusted R Square = 0,267			t tabel = 1,661			
			SEE = 1,16738			

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 10,016 dan nilai F tabel sebesar 2,47. Dari hasil tersebut dapat dilihat nilai F hitung (10,061) > F tabel (2,47) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari Ekuitas Merek yang terdiri dari Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Kesan Kualitas dan Asosiasi Merek terhadap Keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin.

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menduga adanya pengaruh secara parsial dari Ekuitas Merek yang terdiri dari Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Kesan Kualitas dan Asosiasi Merek terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin. Untuk melihat adanya pengaruh secara parsial dilakukan uji t dengan membandingkan nilai t hitung dari setiap dimensi ekuitas merek dengan t tabel yaitu 1,66.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial dari kesadaran merek dengan nilai t hitung 2,147 dan Loyalitas Merek dengan nilai t hitung 3,529 terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin dengan masing masing kontribusi parsial sebesar 4,6 % untuk kesadaran merek dan 11,5 % dari loyalitas merek.

Sedangkan Untuk dimensi Kesan Kualitas dengan nilai t hitung -,423 dan Asosiasi Merek dengan nilai t hitung 1,553 disimpulkan tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin.

Dari hasil penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa politeknik negeri banjarmasin memiliki tingkat kesadaran merek yang cukup bagus dimata mahasiswa nya, hal ini dikarenakan para mahasiswa sudah mengetahui dan menyadari bahwa politeknik merupakan perguruan tinggi vokasi satu satunya di kota Banjarmasin dan memiliki prestasi

akademik dan nono akademik dari mahasiswanya yang membuat nama baik kampus dapat dikenal dihalayak banyak.

Politeknik Negeri Banjarmasin juga memiliki tingkat loyalitas Merek yang cukup tinggi, bahkan dalam hasil penelitian ini menunjukkan loyalitas Merek merupakan pengaruh yang paling dominan dari dimensi lainnya dalam Ekuitas Merek. Ini dapat diartikan para mahasiswa bahkan alumni terus mereferensikan kepada rekan, keluarga, teman dan komunitasnya untuk berkuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin. hal ini juga dibuktikan dengan terus bertambahnya tingkat peminatan calon mahasiswa baru setiap tahunnya di Politeknik Negeri Banjarmasin.

Namun walaupun tingkat kesadaran merek dan Loyalitas merek sangat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan mahasiswa, manajemen kampus juga harus memperhatikan tentang kualitas pelayanan dan fasilitas belajar mengajar. Dalam penelitian ini kesan kualitas dari responden menunjukkan masih banyak yang harus dibenahi baik dari sisi pelayanan akademik terhadap mahasiswa dan juga perbaikan dan penambahan serta pemutakhiran fasilitas fasilitas belajar mengajar di Politeknik Negeri Banjarmasin. fasilitas tersebut kaitannya dengan laboratorium dan ruangan kelas yang ada masih dirasa kurang dan harus banyak dibenahi dan dimutakhirkan, karena mengingat laboratorium adalah kekuatan utama dalam sistem pendidikan vokasi dimana mahasiswa lebih banyak praktek dibandingkan teori.

Politeknik Negeri Banjarmasin juga hendaknya memberikan informasi tentang keunggulan keunggulannya kepada masyarakat. Keunggulan yang dimaksud adalah kurikulum yang adaptif terhadap perkembangan industri dan perkembangan daerah dari setiap program studi yang ada di Politeknik Negeri Banjarmasin. Ini dimaksudkan agar masyarakat dapat benar benar mengetahui potensi keunggulan yang dimiliki Politeknik Negeri Banjarmasin dibandingkan dengan Perguruan tinggi lain di Kota Banjarmasin.

5. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari Ekuitas Merek yang terdiri dari Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Kesan Kualitas dan Asosiasi Merek terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin.
2. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin.
3. Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari Kesan Kualitas dan Asosiasi Merek terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin

6. Saran

Politeknik hendaknya terus melakukan perbaikan dari semua fasilitas belajar mengajar hingga

pelayanan akademik terhadap mahasiswa agar kualitas Perguruan tinggi semakin baik dan Politeknik Negeri Banjarmasin menjadi pilihan utama dari calon mahasiswa di pasar perguruan tinggi di kota Banjarmasin.

REFERENSI

- Chan, A. (2010). Pengaruh ekuitas merek terhadap proses keputusan pembelian konsumen: Studi kasus bank Muamalat Indonesia cabang Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Durianto, D. et al. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Irwanti, I. (2013). *Analisis Pengaruh Brand Equity terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Pond's di Kota Surabaya*. Skripsi, Universitas Surabaya, Surabaya
- Kotler & Armstrong. (2006). *The Principle of Marketing Management*. USA: Prentice Hall.
- Kotler, et al. (2011). *Management Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lubis, M. S. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Membeli Sepeda Motor Yamaha Dengan Faktor Keluarga Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 1(3), 145-156.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2002). *Perilaku Konsumen* (2nd ed.). Bandung: PT.Refika Aditama.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2004). *Customer Behaviour*. (8th ed.). Pearson Educational International.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Indeks Puri Media Kembangan.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Singgih, S. (2012). *Statistik Parametrik*. Jakarta: Elek Media Komputindo.