

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN PERSEPSI BIAYA
PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI
PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY
(Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri
Di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**



**Oleh:
KARYATI
12803241023**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN PERSEPSI BIAYA
PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI
PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY
(Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri
di Kabupaten Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016)**

SKRIPSI

Oleh:
Karyati
12803241023



Disetujui
Dosen Pembimbing


Prof. Sukirno, M.Si., Ph.D
NIP. 19690414 199403 1 002

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN PERSEPSI BIAYA
PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI PADA
PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY
(Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul
Tahun Ajaran 2015/2016)**

yang disusun oleh:

KARYATI

NIM 12803241023

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada tanggal 30 Maret 2016
dan dinyatakan LULUS.

DEWAN PENGUJI

Nama	Kedudukan	Tanda Tangan	Tanggal
Isroah, M.Si.	Ketua Penguji		15 April 2016
Prof. Sukirno, M.Si., Ph.D.	Penguji Pendamping		18 April 2016
Dyah Setyorini, M.Si.	Penguji Utama		8 April 2016

Yogyakarta, 14 April 2016
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta



Dr. Suhermono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Karyati
NIM : 12803241023
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*)
DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN
TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI
PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE
UNY (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIIS
SMA Negeri di Kabupaten Gunungkidul Tahun
Ajaran 2015/2016)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang diterbitkan atau dipublikasi orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Demikian pernyataan saya buat dalam keadaan yang tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 17 Maret 2016

Pemlis,



Karyati

NIM. 12803241023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Sesungguhnya setelah ada kesulitan itu ada kemudahan, apabila kamu telah selesai (urusan dunia) maka bersungguh-sungguhlah (dalam beribadah), dan hanya kepada Tuhanmu-lah berharap
(Q.S Al Insyiraah : 6-7)

Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang.
Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.
(Andrew Jackson)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Dari semua telah Kau tetapkan
Hidupku dalam tangan-Mu
Dalam takdir-Mu
Rencana indah yang tlah Kau siapkan
Bagi masa depanku yang penuh harapan
Harapan kesuksesan terpangku di pundak
Sebagai janji kepada mereka
Bapak Tugiyono dan Simbok Ngatinem

Kini ku persembahkan karya ini, sebagai ungkapan syukur dan terima kasihku
Untuk Bapak Tugiyono yang tidak berhenti memberikan nasihat dan berjuang
banting tulang siang malam demi pendidikan buah hatinya. Yang selalu
membisikan harapan-harapan dan impian besarnya yang belum sempat terwujud
dulu padaku. Yang sangat ketat dan tegas dalam menjaga ku.
Simbok Ngatinem tercinta yang selalu memberikan kasih sayang serta untaian
doa, dukungan, semangat dan kepercayaan yang selalu mengiringi langkahku
hingga sampai ke titik ini. Terima kasihku tiada terhingga atas restu dan ridha
selama ini.

Tak lupa ku bingkiskan karya kecil ini untuk:
Keluarga besar Kromondriyo dan Rakem yang selalu memberikan dukungan dan
semangat untuk segera menyelesaikan tugas akhir.
Sahabat ku, para KURAWA yang selalu menjadi teman pelepas penat saat jenuh
mengerjakan skripsi.
Seluruh sahabatku terbaiku Pendidikan Akuntansi A 2012, Tim GSM, Diksi
Voice dan teman-teman KKN 2206, terima kasih telah mengajariku arti sebuah
persahabatan dan persaudaraan.
Diriku tiada apa-apa tanpa mereka
Dan sujud syukurku pada Mu Ya Rabb
Alhamdulillahirabbil'alamiin....

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN PERSEPSI BIAYA
PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI
PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY
(Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul
Tahun Ajaran 2015/2016)**

Oleh:
Karyati
12803241023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, 2) Pengaruh Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, 3) Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), dan Persepsi Biaya Pendidikan secara bersama-sama terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016.

Subjek penelitian ini adalah siswa kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul sejumlah 838 siswa. Sampel penelitian sebanyak 210 siswa yang dipilih menggunakan teknik *Propositional Area Random Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Uji coba instrumen dilakukan di SMA Negeri 2 Wonosari dengan N=30. Uji validitas instrumen menggunakan korelasi *Product Moment* dan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach's*. Uji prasyarat analisis terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis terdiri dari regresi sederhana, regresi ganda, sumbangan relatif dan sumbangan efektif.

Hasil penelitian ini: 1) Terdapat pengaruh positif Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, dengan $r_{x1y} = 0,578$, $r^2_{x1y} = 0,334$; $t_{hitung} = 10,211$; $t_{tabel} = 1,97149$, dan nilai signifikansi 5%. 2) Terdapat pengaruh negatif Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, dengan $r_{x1y} = 0,108$, $r^2_{x1y} = 0,012$; $t_{hitung} = -1,563$; $t_{tabel} = 1,97149$, dan nilai signifikansi lebih dari 5%. 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan secara bersama-sama terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, dengan nilai $R_{y(1,2)} = 0,579$; $R^2_{y(1,2)} = 0,335$; $F_{hitung} = 52,202$; $F_{tabel} = 3,0395$ dan nilai signifikansi 5%. Sumbangan Relatif Citra Merek (*Brand Image*) sebesar 40,10% dan Sumbangan Efektif sebesar 13,43%. Sumbangan Relatif Persepsi Biaya Pendidikan sebesar 59,90% dan Sumbangan Efektif sebesar 20,07%.

Kata Kunci: Citra Merek (*Brand Image*), Persepsi Biaya Pendidikan, Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

**EFFECT OF BRAND IMAGE AND PERCEPTION OF EDUCATION COSTS
TO INTEREST OF CONTINUING STUDY IN
ACCOUNTING EDUCATION PROGRAMS FE UNY
(Case Study on XII Social Class SMA NEGERI in Gunungkidul
2015/2016 Academic Year)**

by:
Karyati
12803241023

ABSTRACT

This research aims to know: 1) Effect of Brand Image to Interest of Continuing Study in Accounting Education Programs FE UNY, 2) Effect of Perception of Education Costs to Interest of Continuing Study in Accounting Education Programs FE UNY, 3) Effect of Brand Image and Perception of Education Costs to Interest of Continuing Study in Accounting Education Programs FE UNY of XII Social Class SMA Negeri in Gunungkidul 2015/2016 Academic Year.

Subject of this research is student of XII social class SMA Negeri in Gunungkidul 2015/2016 Academic Year about 838. The research sample of 210 students were selected used was Propotional Area Random Sampling Method. Data collection was carried out questionnaires and documentation. Instrumen examination carried out in SMA Negeri 2 Wonosari with N=30. Test of validity of instrumen was using Product Moment correlation, and test of reliability was using Alpha Cronbach formula. Test of analysis consisted of normality test, linearity test, multi-colinearity and heteroskedastisitas test. Hypothesis test was consisting of simple regression, multiple regression, relative contribution, and effective contribution.

Research result: 1) Have a positive and significant effect Brand Image to Interest of Continuing Study in Accounting Education Programs FE UNY by $r_{x1y} = 0,578$, $r^2_{x1y} = 0,334$; $t_{count} = 10,211$; $t_{table} = 1,97149$, and significantly of 5%. 2) Have a negative but not significant effect Perception of Education Costs to Interest of Continuing Study in Accounting Education Programs FE UNY by $r_{x1y} = 0,108$, $r^2_{x1y} = 0,012$; $t_{count} = -1,563$; $t_{table} = 1,97149$, and significantly more than 5%. 3) Have a positive and significant effect Brand Image and Perception of Education Costs to Interest of Continuing Study in Accounting Education Programs FE UNY by $R_{y(1,2)} = 0,579$; $R^2_{y(1,2)} = 0,335$; $F_{count} = 52,202$; $F_{table} = 3,0395$ and significantly 5%. Relative Contribution of Brand Image amounting to 40,10% and Effective Contribution amounting to 13,43%. Relative Contribution of Perception of Education Costs amounting to 59,90% and Effective Contribution amounting to 20,07%.

Keyword: Brand Image, Perception of Education Costs, Interest of Continuing Study in Accountin Education Programs FE UNY.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Pendidikan.

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Rochmat Wahab, M.Pd., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
3. Abdullah Taman, SE.Ak., M.Si., C.A., Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Dr. Ratna Candra Sari, SE., M.Si. Akt., Dosen Pembimbing Akademik atas bimbingan dan pengarahannya selama masa studi.
5. Prof. Sukirno, M.Si., Ph.D., Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan tugas akhir skripsi.

6. Dhyah Setyorini, M.Si., Ak., Narasumber yang telah memberikan ilmu, saran dan masukan yang membangun dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
7. Seluruh Kepala Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri di Kabupaten Gunungkidul yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
8. Waka Kurikulum, Guru Ekonomi-Akuntansi, Guru Bimbingan Konseling SMA Negeri di Kabupaten Gunungkidul yang mendampingi, dan membantu selama penelitian.
9. Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri di Kabupaten Gunungkidul yang telah berkenan untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
10. Keluarga besar Pendidikan Akuntansi Angkatan 2012 A atas semangat yang diberikan selama penyusunan tugas akhir skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan penyusunan tugas akhir ini.

Harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik dari pembaca sangat diharapkan untuk menjadikan tugas akhir ini menjadi lebih baik lagi

Yogyakarta, 17 Maret 2016

Penulis



Karyati

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori	11
1. Minat Melanjutkan Studi	11
2. Pemasaran Jasa Pendidikan	19
3. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	24
4. Persepsi Biaya Pendidikan	42
B. Penelitian yang Relevan.....	62
C. Kerangka Berpikir.....	66
D. Paradigma Penelitian.....	69
E. Hipotesis Penelitian.....	70
BAB III METODE PENELITIAN.....	71
A. Desain Penelitian.....	71
B. Tempat dan Waktu Penelitian	71
C. Populasi dan Sampel Penelitian	72

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	74
E. Teknik Pengumpulan Data.....	76
F. Instrumen Penelitian.....	77
G. Pengujian Instrumen Penelitian.....	80
H. Teknik Analisis Data.....	85
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	96
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	96
B. Deskripsi Data Penelitian.....	138
C. Uji Asumsi Klasik.....	160
1. Uji Normalitas	160
2. Uji Linearitas	161
3. Uji Multikolinieritas	162
4. Uji Heteroskedastisitas	163
D. Pengujian Hipotesis.....	164
1. Pengujian Hipotesis Pertama.....	164
2. Pengujian Hipotesis Kedua.....	167
3. Pengujian Hipotesis Ketiga	169
E. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif.....	171
F. Pembahasan Hasil Penelitian	172
G. Keterbatasan Penelitian.....	181
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	183
A. KESIMPULAN	183
B. SARAN	185
DAFTAR PUSTAKA	187
LAMPIRAN.....	192

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Sekolah Tempat Penelitian	71
2. Jumlah Populasi Penelitian	72
3. Pembagian Sampel Penelitian	74
4. Pedoman Penskoran	78
5. Kisi-kisi Instrumen Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi	79
6. Kisi-kisi Instrumen Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	79
7. Kisi-kisi Instrumen Persepsi Biaya Pendidikan	79
8. Butir Pernyataan Gugur Variabel Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	82
9. Butir Pernyataan Gugur Variabel Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	82
10. Butir Pernyataan Gugur Variabel Persepsi Biaya Pendidikan	83
11. Tabel Interpretasi Reliabilitas Instrumen Penelitian	84
12. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	84
13. Kepadatan Penduduk per Kecamatan di Kabupaten Gunungkidul Tahun 2013	98
14. Kepala Sekolah SMA N 1 Wonosari	104
15. Daftar Nama Kepala Sekolah SMA N 1 Patuk	111
16. Daftar Nama Kepala Sekolah SMA N 1 Semin	121
17. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Sekolah.....	139
18. Jenis Kelamin Responden	139
19. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Ayah/Wali.....	140
20. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Orang Tua.....	141
21. Karakteristik Responden Berdasar Pendidikan Orang Tua (Ibu).....	142
22. Distribusi Frekuensi Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.....	145
23. Kategori Kecenderungan Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.....	148

24. Distribusi Frekuensi Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	150
25. Kategori kecenderungan Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	153
26. Distribusi Frekuensi Persepsi Biaya Pendidikan.....	155
27. Kategori kecenderungan Persepsi Biaya Pendidikan.....	157
28. Ringkasan Hasil Analisis Deskriptif	158
29. Ringkasan Hasil Uji Normalitas	160
30. Hasil Uji Linieritas	161
31. Hasil Uji Multikolinieritas	163
32. Hasil Uji Heteroskedastisitas	164
33. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Sederhana (X_1 - Y).....	165
34. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Sederhana (X_2 - Y).....	167
35. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Ganda	170
36. Ringkasan Hasil Perhitungan Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif	172

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Konsep Pemasaran	20
2. Paradigma Penelitian.....	69
3. <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	140
4. <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Pekerjaan Ayah/Wali	141
5. <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Orang Tua	142
6. <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Orang Tua (Ibu)	143
7. Histogram Distribusi Frekuensi Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.....	146
8. <i>Pie Chart</i> Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	148
9. Histogram Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	151
10. <i>Pie Chart</i> Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	153
11. Histogram Persepsi Biaya Pendidikan	155
12. <i>Pie Chart</i> Persepsi Biaya Pendidikan	158
13. Ringkasan Hasil Penelitian dengan Nilai Determinasi	173

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Angket Uji Coba Instrumen	193
2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	202
3. Angket Penelitian	215
4. Ringkasan Data	223
5. Distribusi Frekuensi	264
6. Uji Asumsi Klasik.....	269
7. Uji Hipotesis	275
8. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif	280
9. Surat Izin dan Keterangan Melakukan Penelitian.....	282

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia pun terus berkembang. Dewasa ini masyarakat mulai memasukkan kebutuhan-kebutuhan baru sebagai kebutuhan dasar mereka. Salah satu kebutuhan tersebut adalah kebutuhan akan pelayanan pendidikan. Pendidikan dianggap salah satu kebutuhan hidup yang penting dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Apalagi ditengah perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta tuntutan globalisasi yang menginginkan manusia yang berkualitas dan profesional dan semua itu dibentuk melalui program pendidikan yang berkualitas pula.

Era bisnis saat ini, tingginya tingkat persaingan telah membawa pengaruh yang signifikan dalam dunia usaha. Persaingan tidak hanya mengandalkan segi kualitas tetapi juga mengutamakan segi pelayanan. Secara umum pemasaran menekankan pada 4P (*Product, Price, Promotion, Place*) dan tidak satupun dari keempat komponen tersebut yang akan berjalan baik tanpa faktor Q (*quality*). Perkembangan teknologi informasi dapat menyebabkan konsumen menjadi seorang konsumen yang *informationalised*, yaitu seorang konsumen yang punya banyak pilihan (Hermawan Kartajaya, 2000). Konsumen seperti ini dapat memilih barang ataupun jasa yang akan mereka pergunakan, serta memiliki banyak kesempatan untuk membandingkan pilihan-pilihan mereka, sehingga suatu organisasi atau perusahaan harus melakukan berbagai cara untuk mempertahankan

eksistensinya di tengah masyarakat. Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat "*winwin solution*" yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan.

Perguruan tinggi merupakan salah satu lembaga penyedia jasa, yang bergerak dibidang pendidikan. Keberadaan lembaga ini sangat tergantung pada minat mahasiswa untuk masuk sebagai konsumennya. Kondisi persaingan antar lembaga pendidikan ditunjukkan dari penyedia sarana dan prasarana yang menunjang pendidikan. Seperti yang kita ketahui bahwa sekarang ini di Indonesia terdapat 1.085 Akademik, 230 Politeknik, 2.363 Sekolah Tinggi, 132 Institut, dan 516 Universitas (Sumber: Pangkatan Data Pendidikan Tinggi Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi). Dengan semakin banyaknya perguruan tinggi yang berdiri dengan berbagai macam program studi yang ditawarkan, menyebabkan konsumen semakin diberikan banyak pilihan. Sebaliknya Perguruan tinggi dan Program Studi yang merupakan salah satu produk jasa dari perguruan tinggi tersebut, saat ini berlomba-lomba untuk menarik minat konsumen dengan memberikan pelayanan serta menawarkan berbagai kelebihan baik dari segi sarana maupun prasarana. Hal tersebut dilakukan agar dapat memenangkan persaingan dengan lembaga pendidikan lain serta memberikan kepuasan kepada konsumen.

Salah satu strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan tersebut yaitu melalui merek. Merek merupakan hal yang sangat penting, baik

bagi konsumen maupun produsen yang dalam hal ini adalah Perguruan Tinggi ataupun Program Studi. Bagi konsumen, dalam hal ini siswa SLTA (SMA), dengan adanya merek, apalagi merek tersebut mempunyai citra (*image*) kuat dan positif akan memudahkan siswa SLTA (SMA) dalam memilih Perguruan Tinggi ataupun Program Studi, karena merek yang mempunyai citra positif cenderung akan lebih banyak diminati dan dipilih dibandingkan merek-merek lain yang *image*-nya kurang baik di mata konsumen. Bagi Perguruan Tinggi atau Program Studi, suatu citra merek (*brand image*) yang kuat memberikan beberapa keunggulan utama seperti menciptakan suatu keunggulan bersaing, dapat membedakan dengan produk pesaing, dan merek yang dikenal mendorong *repeat buying*. Selain itu citra merek juga berguna untuk menentukan pasar sasaran yang dipilih.

Keputusan seseorang untuk menggunakan jasa merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, selain kualitas pelayanan yang diberikan, perguruan tinggi harus mempunyai kelebihan seperti menetapkan biaya pendidikan yang kompetitif. Biasanya konsumen dalam hal ini adalah calon mahasiswa dalam menggunakan layanan jasa akan membandingkan-bandingkan biaya pendidikan, memilih layanan jasa yang biaya pendidikan dasarnya rendah, memilih layanan jasa yang biaya pendidikannya sebanding dengan kualitas pelayanannya atau berbagai alasan lainnya. Agar mendapatkan calon mahasiswa dalam jumlah yang cukup, perguruan tinggi harus mempunyai strategi penetapan tarif/biaya yang

menarik sebagai contoh kebijakan tarif atau biaya kuliah yang bertahan atau kebijakan lain yang akan menarik minat para lulusan SLTA.

Fenomena animo (peminat) yang terjadi selama ini di Universitas Negeri Yogyakarta khususnya pada Prodi Pendidikan Akuntansi yang merupakan salah satu program studi terakreditasi A di Fakultas Ekonomi ini cukup fluktuatif. Hal ini dapat dilihat dari jumlah mahasiswa yang berminat melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi dalam 3 tahun terakhir, dimana animo baik dari jalur SNMPTN maupun jalur Seleksi Mandiri pada tahun 2012 sebanyak 1.815 dan pada tahun 2013 mengalami kenaikan sangat signifikan menjadi 2.811. Namun pada tahun 2014 mengalami penurunan menjadi hanya 2.002 (Sumber: PMB UNY Tahun 2013, 2014 dan 2015). Penurunan jumlah peminat yang memilih Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY ini bisa menjadi peringatan bagi pengelola untuk mengevaluasi strategi pemasarannya masih efektifkah diterapkan dan apakah harus memilih strategi baru demi kelangsungan Program Studi Pendidikan Akuntansi makin baik lagi.

Kabupaten Gunungkidul merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi DIY yang terletak di 39 km sebelah tenggara Kota Yogyakarta. Dimana luas wilayahnya sekitar 46,63% atau 1.485,36 km² dari luas wilayah DIY, kabupaten ini memiliki banyak potensi baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Adapun penyumbang terbesar bagi nilai tambah sektor perekonomian masih didominasi oleh sektor pertanian yaitu sekitar 33,29% dari seluruh sektor perekonomian yang ada. (Sumber: RKPD Kabupaten

Gunungkidul Tahun 2016). Berdasarkan hasil estimasi Sensus Penduduk 2010, jumlah penduduk Kabupaten Gunungkidul tahun 2013 berjumlah 683.735 jiwa. Tingginya jumlah penduduk ternyata belum dibarengi dengan kualitasnya, diketahui angka melek huruf baru mencapai 85,22%, angka rata-rata lama sekolah pun masih setara dengan kelas delapan SLTP atau baru 7,79 tahun.

Walaupun demikian penduduk semakin sadar akan pentingnya pendidikan yang ditunjukkan dengan meningkatnya Angka Partisipasi Murni Pendidikan baik di jenjang SD, SLTP, maupun SLTA. Namun, Angka Partisipasi Murni (APM) untuk jenjang SLTP dan SLTA masih cenderung rendah, yaitu pada tahun 2014 baru mencapai 79,92 untuk SLTP dan 60,56 untuk SLTA, hal tersebut dikarenakan beberapa hal seperti putus sekolah atau setelah lulus SD atau SLTP langsung bekerja. Dari data tersebut sudah bisa diketahui bagaimana angka pendidikan yang ditamatkan. Berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2013, jenjang pendidikan tertinggi yang ditamatkan oleh penduduk usia 10 tahun ke atas di Kabupaten Gunungkidul terbesar adalah tamatan SD sederajat yaitu 33,08% dan yang menduduki kursi paling rendah adalah tamatan perguruan tinggi yang hanya mencapai 3,65%. Bisa diartikan bahwa jumlah penduduk yang melanjutkan pendidikan ke jenjang pendidikan tinggi juga masih rendah. Padahal jumlah sekolah yang ada juga tidak sedikit khususnya untuk SMA yang terdiri atas 12 SMA Negeri dan 13 SMA Swasta dengan total siswa pada tahun 2016 sebanyak 1.358. SMA merupakan jenjang pendidikan yang menyipakan siswanya untuk

melanjutkan studi ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi karena di SMA dilakukan pengelompokan dalam program studi sesuai dengan kebutuhan belajar lebih lanjut di perguruan tinggi. Dan masih rendahnya jumlah siswa yang melanjutkan studi ke perguruan tinggi disebabkan banyak faktor seperti tingkat ekonomi orang tua, faktor budaya dimana warga masih beranggapan bahwa anak perempuan tidak perlu sekolah tinggi dan lain yang berasal dari diri siswa itu sendiri.

Berdasarkan kondisi dan permasalahan yang ada di Kabupaten Gunungkidul tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY siswa kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri di Kabupaten Gunungkidul dengan fokus utama pada faktor citra merek (*brand image*) dan persepsi biaya pendidikan, yaitu dengan judul **“Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, antara lain sebagai berikut:

1. Animo Prodi Pendidikan Akuntansi mengalami penurunan pada tahun 2014 jika dibandingkan dengan animo tahun 2013 yaitu dari 2.811 menjadi 2.002.

2. Angka melek huruf di Gunungkidul pada tahun 2013 baru mencapai 85,22% dan angka lama waktu sekolah hanya 7,79 tahun atau setara kelas delapan SLTP.
3. Angka Partisipasi Murni (APM) SLTA dari tahun 2010 sampai dengan 2014 mengalami *trend* peningkatan namun masih pada angka 60,56% yang cenderung rendah.
4. Angka pendidikan yang ditamatkan di Kabupaten Gunungkidul untuk jenjang pendidikan tinggi masih menempati urutan terendah yaitu hanya 3,65% yang berarti masih sangat sedikit masyarakat di Kabupaten Gunungkidul yang melanjutkan sekolah pada jenjang pendidikan tinggi.
5. Masih adanya paradigma dari masyarakat bahwa pendidikan yang tinggi tidak penting khususnya bagi anak perempuan.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah ini dilakukan dengan tujuan untuk memperjelas permasalahan yang akan diteliti sehingga penelitian ini mencapai sasaran dan tujuan yang diharapkan secara optimal, serta untuk menghindari penafsiran yang berbeda. Karena banyaknya faktor yang terkait, maka peneliti akan memfokuskan pada Minat Melanjutkan Studi Perguruan Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016. Minat sendiri dipengaruhi oleh banyak faktor baik faktor dari ekstern maupun intern dari siswa itu sendiri. Dengan adanya banyak faktor tersebut, maka peneliti hanya memilih dua faktor yaitu Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan

karena faktor tersebut merupakan faktor yang paling berpengaruh dan sering menjadi pertimbangan calon mahasiswa.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016?
2. Bagaimana Pengaruh Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016?
3. Bagaimana Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan secara bersama-sama terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengetahui Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016.

2. Mengetahui Pengaruh Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016.
3. Mengetahui Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan secara bersama-sama terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016.

F. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik ilmu pengetahuan untuk kalangan calon mahasiswa, masyarakat atau dari kalangan pendidik dan lembaga, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan dunia pendidikan yaitu ilmu pengetahuan khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi minat melanjutkan studi pada Perguruan Tinggi dan pemilihan strategi pemasaran untuk organisasi jasa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Lembaga Pendidikan, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran secara kongkret mengenai variabel-variabel atribut jasa yang secara signifikan mempengaruhi minat calon mahasiswa serta sebagai masukan bagi pihak pengelola dalam mengambil keputusan untuk tetap menjaga, terus meningkatkan kualitas pelayanan, dan

memaksimalkan kekuatan dan menggunakan strategi pemasaran yang tepat sehingga mampu untuk berkompetisi. Selain itu, dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak pengelola terkait dengan gambaran masyarakat Gunungkidul baik itu kondisi ekonomi, dan sosial budaya serta pandangan masyarakat terkait dengan pendidikan, sehingga ketika mahasiswa melakukan KKN/PPL di masyarakat khususnya Gunungkidul, mahasiswa bisa memberikan pemahaman dan wawasan terkait pentingnya pendidikan tinggi dengan informasi-informasi yang lengkap. Sehingga paradigma masyarakat pelan-pelan bisa dipengaruhi dan harapannya bisa berubah.

- b. Bagi penulis, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai upaya untuk mendalami masalah-masalah yang ada kaitannya dengan pemasaran dan mengaplikasikan teori-teori di lapangan, serta sebagai media mendalami kondisi masyarakat sehingga sebagai anggota masyarakat bisa berperan lebih di masyarakat dengan memberikan informasi-informasi terkait dengan pentingnya melanjutkan studi di perguruan tinggi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Minat Melanjutkan Studi

a. Pengertian Minat

Minat berkaitan dengan kecenderungan terhadap suatu hal atau kegiatan. Menurut Hilgard dalam Slameto (2010: 57) menyebutkan bahwa, “Minat yaitu kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang”. Dari pernyataan ini, adanya perasaan senang untuk memperhatikan suatu kegiatan mendorong seseorang untuk berminat terhadap kegiatan tersebut. Seseorang yang memiliki minat dengan suatu hal akan memberikan perhatian yang besar pada hal tersebut sebab adanya daya tarik baginya. Ketertarikan ini dapat menumbuhkan rasa keingintahuan yang tinggi yang menyebabkan seseorang tersebut berusaha menggali informasi mengenai kegiatan yang diminatinya.

Slameto (2010: 182),”Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa adanya yang menyuruh”. Menurut Djaali (2012: 121).”Minat dieskpresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal daripada hal lain, diwujudkan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas”. Dengan demikian setiap kegiatan yang dilakukan dengan minat yang kuat akan cenderung dilakukan dengan rasa suka dan

ketertarikan sehingga dapat menambahkan semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut.

Adapun pengertian minat menurut Muhibbin Syah (2005: 136) mengemukakan bahwa, “Minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan besar terhadap sesuatu”. Menurut Sardiman A.M (2011: 76), “Minat diartikan sebagai kecenderungan jiwa seseorang kepada sesuatu (biasanya disertai dengan perasaan senang), karena itu merasa ada kepentingan dengan sesuatu itu”. Adanya keinginan dan kepentingan yang dimilikinya maka seseorang akan melakukan hal atau aktivitas dengan sebaik-baiknya sebab merasa memiliki kebutuhan dengan hal tersebut.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan atau keinginan yang besar terhadap suatu hal atau aktivitas disertai dengan perasaan senang. Apabila seseorang memiliki minat akan diwujudkan dalam bentuk pemusatan perhatian terhadap kegiatan tersebut.

b. Pengertian Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi

Adanya minat dalam diri individu akan menimbulkan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas atau kegiatan yang diminatinya. Menurut Agus M.H. (1994: 88), “Dalam hal studi di Perguruan Tinggi, minat adalah minat untuk menyediakan waktu, tenaga, usaha untuk menyerap dan menyatukan informasi, pengetahuan, dan kecakapan yang kita terima lewat berbagai cara”.

Perguruan Tinggi adalah jenjang pendidikan formal setelah pendidikan menengah yang meliputi Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta termasuk Universitas Terbuka. Perguruan Tinggi menurut Kepmenbud No. 0186/P/1984 dalam Fuad Ihsan (2008: 23) adalah

Perguruan Tinggi merupakan pendidikan yang mempersiapkan peserta didik untuk menjadi anggota masyarakat yang memiliki tingkat kemampuan tinggi yang bersifat akademis dan atau profesional sehingga dapat menerapkan, mengembangkan, dan atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni dalam rangka pembangunan nasional dan meningkatkan kesejahteraan manusia.

Dengan demikian minat melanjutkan ke Perguruan Tinggi adalah kecenderungan atau keinginan siswa untuk melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi yang disertai perasaan senang dapat menambah semangat serta menguatkan minat siswa untuk melanjutkan ke Perguruan Tinggi akan memberikan perhatian yang besar pada hal tersebut dengan berusaha menggali informasi mengenai kegiatan yang diminatinya. Adanya keinginan juga menjadikan siswa cenderung berusaha semaksimal mungkin untuk dapat melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi yang diinginkannya.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Melanjutkan studi ke perguruan tinggi merupakan melanjutkan studi dari pendidikan menengah ke pendidikan tinggi. Aktivitas yang dilakukan di perguruan tinggi adalah belajar untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan. Dalam hal ini berarti sama-sama aktivitas adalah belajar, maka faktor-faktor yang mempengaruhi minat

melanjutkan studi ke perguruan tinggi dalam penelitian ini disamakan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi belajar.

Muhibbin Syah (2011: 132-139) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi belajar sebagai berikut:

- 1) Faktor Internal (faktor dari dalam siswa), yakni keadaan/kondisi jasmani dan rohani siswa. Faktor ini meliputi aspek, yakni:
 - a) Aspek fisiologis (yang bersifat jasmaniah) seperti: mata dan telinga.
 - b) Aspek Psikologis (yang bersifat rohaniah) seperti: intelegensi, sikap, bakat, dan motivasi.
- 2) Faktor Eksternal (faktor dari luar siswa), yakni kondisi lingkungan disekitar siswa. Faktor ini meliputi:
 - a) Lingkungan sosial, seperti: keluarga, guru dan staf, masyarakat, dan teman.
 - b) Lingkungan non sosial, seperti: rumah, sekolah, peralatan dan alam.
- 3) Faktor Pendekatan Belajar (*approach to learning*) yakni jenis upaya belajar siswa yang meliputi strategi dan metode yang digunakan siswa untuk melakukan kegiatan pembelajaran materi-materi pelajaran. Faktor ini meliputi:
 - a) Pendekatan tinggi, seperti: *speculative, achieving*
 - b) Pendekatan sedang, seperti: *analytical, deep*
 - c) Pendekatan rendah, seperti: *reproductive, surface*.

Slameto (2010:54) menggolongkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi belajar siswa menjadi dua faktor, yaitu faktor intern dan faktor ekstern.

- 1) Faktor-faktor dari diri individu yang menyangkut aspek jasmaniah maupun rohani. Jasmaniah mencakup kondisi dan kesehatan jasmani dari individu. Aspek psikis atau rohani menyangkut kondisi kesehatan psikis, kemampuan-kemampuan intelektual, sosial, psikomotor, serta kondisi afektif dan konatif dari individu. Sedangkan kondisi intelektual menyangkut tingkat kecerdasan, bakat-bakat, penguasaan siswa akan pengetahuan atau pelajaran-pelajarannya yang lalu. Kondisi sosial menyangkut hubungan siswa dengan orang lain, baik gurunya, temannya, orang tuanya maupun orang-orang yang lainnya. Hal lain yang ada

pada diri individu adalah ketenangan dan ketentraman psikis, motivasi belajar, keterampilan-keterampilan yang dimilikinya, seperti mengerjakan tugas-tugas dan lain-lain. Keterampilan-keterampilan tersebut merupakan hasil belajar sebelumnya.

- 2) Faktor-faktor lingkungan, yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar diri siswa, baik faktor fisik maupun sosial-psikologis yang berada pada lingkungan pada keluarga, sekolah dan masyarakat. Di dalam lingkungan keluarga, adalah keadaan rumah dan ruangan tempat belajar, sarana dan prasarana belajar yang ada, suasana dalam keutuhan keluarga, iklim psikologis, iklim belajar dan hubungan antar anggota keluarga. Lingkungan sekolah meliputi, lingkungan kampus, sarana dan prasarana belajar yang ada, sumber-sumber belajar, media belajar, hubungan siswa dengan teman-temannya, kegiatan belajar mengajar, berbagai kegiatan kokurikuler. Lingkungan masyarakat, meliputi latar belakang pendidikan, terdapat lembaga-lembaga pendidikan dan sumber-sumber belajar di dalamnya.

d. Unsur Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi

Terdapat beberapa unsur yang terkandung di dalam minat.

Makmun Khairani (2013: 137) mengemukakan bahwa minat mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) Minat adalah suatu gejala psikologis
- 2) Adanya pemusatan perhatian dari subjek karena tertarik.
- 3) Adanya perasaan senang terhadap objek yang menjadi sasaran.
- 4) Adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subjek untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan.

Alex Sobur (2011: 246) juga mengemukakan bahwa, “Minat merupakan keinginan yang erat pula hubungannya dengan perhatian yang dimiliki, karena perhatian mengarahkan timbulnya kehendak pada seseorang, juga erat hubungannya dengan kondisi psikis seperti senang bergairah, dan seterusnya”. Berdasarkan pernyataan tersebut

bisa dikatakan bahwa minat memiliki unsur perhatian, kehendak, serta perasaan senang.

Menurut Bigot dalam Abd. Rachman Abror (1993: 111) mengemukakan bahwa minat memiliki unsur kognisi (menenal), yang berarti bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut. Unsur emosi (perasaan) karena dalam partisipasi dan pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang), dan unsur konasi (kehendak) yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan sesuai kegiatan.

Menurut Syaiful Bahri Djamarah (2011: 166-167) mengungkapkan bahwa minat dapat diekspresikan melalui:

- 1) Pernyataan lebih menyukai sesuatu daripada yang lainnya
- 2) Partisipasi aktif dalam suatu kegiatan
- 3) Memberikan perhatian yang lebih besar terhadap sesuatu yang diminatinya tanpa menghiraukan yang lain.

Sedangkan menurut Ruber yang dikutip oleh Muhibbin Syah (1995) dalam Hanif Syaifudin Alfurqon (2012:16) mengemukakan bahwa, “Minat banyak tergantung pada faktor-faktor internal seperti: pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan”. Untuk selanjutnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pemusatan perhatian

Menurut Kartini Kartono (1996:111), “perhatian itu merupakan reaksi umum dari organisme dan kesadaran, yang menyebabkan bertambahnya aktivitas, daya konsentrasi, dan

pembatasan kesadaran terhadap satu obyek. Perhatian sangat dipengaruhi oleh kemauan. Sesuatu yang dianggap luhur mulia dan indah akan memikat perhatian. Sebaliknya segala sesuatu yang membosankan, sepele dan terus-menerus berlangsung secara otomatis, tidak akan bisa memikat perhatian.

2) Keingintahuan

Keingintahuan yang ada pada individu sejalan dengan daya kreativitasnya. Biasanya individu yang mempunyai keingintahuan besar menunjukkan keinginan pula untuk mengetahui lebih banyak tentang dirinya dan juga tentang lingkungannya. Ciri lain adalah bahwa mereka selalu mengadakan eksplorasi terhadap lingkungannya dan rangsangan yang datang padanya untuk dapat diketahui lebih banyak. Dengan adanya rasa ingin tahu yang besar terhadap obyek tertentu, maka individu akan berminat untuk mengetahui lebih banyak tentang obyek yang menarik minatnya tersebut.

3) Motivasi

Motivasi mempunyai hubungan yang sangat erat dengan minat. Motivasi muncul karena ada kebutuhan, begitu pula dengan minat. Sehingga tepatlah kalau minat merupakan alat motivasi yang pokok. Seseorang yang mempunyai

motivasi tertentu, akan lebih berminat untuk mencapai tujuan. Jadi dapat dikatakan bahwa motivasi menunjukkan suatu keadaan yang menyebabkan seseorang melakukan suatu aktivitas tertentu sebagai pencerminan pelaksanaan minat untuk mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya.

4) Kebutuhan

Kebutuhan merupakan sesuatu hal yang cepat atau lambat harus dipenuhi. Seseorang akan berminat terhadap suatu hal apabila hal tersebut mempunyai hubungan dengan kepentingan atau kebutuhannya sendiri. Jadi jelas bahwa soal minat akan selalu berkaitan dengan soal kebutuhan atau keinginan. Oleh karena itu, yang penting bagaimana menciptakan kondisi tertentu agar anak selalu butuh dan ingin terus belajar.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa indikator minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi yang dalam hal ini adalah pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY antara lain: 1). Adanya pengetahuan dan informasi mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi UNY, 2). Adanya perasaan senang dan ketertarikan terhadap Prodi Pendidikan Akuntansi UNY, 3). Adanya perhatian terhadap Prodi Pendidikan Akuntansi UNY, dan 4). Adanya

kemauan dan keinginan untuk melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi UNY.

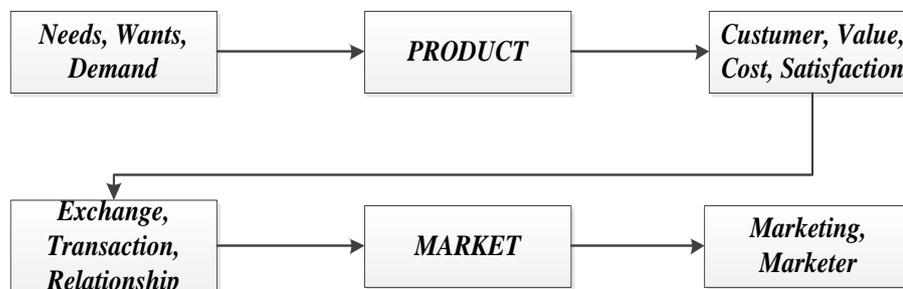
2. Pemasaran Jasa Pendidikan

a. Pengertian Pemasaran

Pada dasarnya, pemasaran (*marketing*) merupakan istilah dalam dunia bisnis. Dalam konteks bisnis, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran (Kotler, 2002: 9). Pemasaran juga dapat dimaknai sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran (Ara Hidayat & Imam Machali, 2012: 223).

Pendapat yang sejalan juga dikemukakan oleh Yoyon Bahtiar Irianto (2012: 207), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Lebih lanjut Yoyon Bahtiar Irianto mengemukakan, jika pemasaran merupakan suatu usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.

Dari beberapa pengertian di atas, jika disimpulkan, konsep dari pemasaran (dalam konteks bisnis) adalah:



Gambar 1. Konsep Pemasaran

b. Unsur Pemasaran

Menurut Yoyon Bahtiar Irianto (2012: 207) mengklasifikasikan unsur utama pemasaran yaitu:

- 1) Unsur strategi persaingan, meliputi:
 - a) Segmentasi pasar, yaitu tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing konsumen ini memiliki karakteristik, kebutuhan produk, dan bauran pemasaran tersendiri.
 - b) *Targetting*, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.
 - c) *Positioning*, yaitu penetapan posisi pasar. Tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.

- 2) Unsur taktik pemasaran, meliputi:
 - a) *Differensiasi*, yang terkait dengan cara membangun strategi pemasaran diberbagai aspek perusahaan. Kegiatan membangun strategi pemasaran inilah yang membedakan *differensiasi* yang dilakukan suatu perusahaan dengan perusahaan lain.
 - b) Bauran pemasaran (*marketing mix*), terkait dengan kegiatan mengenai produk, harga, promosi, dan tempat atau lebih dikenal dengan sebutan 4P.
- 3) Unsur nilai pemasaran, yang berkaitan dengan nama, termin, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya yang ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa sebuah/sekelompok penjual dan membedakannya dengan para pesaing. Merek mempunyai banyak arti penting buat konsumen yaitu:
 - a) Sebagai indentifikasi untuk membedakan antara satu produk dengan produk lain. Indentifikasi ini diperlukan agar konsumen mempunyai kebebasan memilih produk dan merek mana yang memenuhi kebutuhannya.
 - b) Sebagai garansi atas kualitas dan kinerja dari produk yang akan dibeli. Merek akan memberikan rasa percaya diri kepada konsumen bahwa:

(1.) Merek memberi status dan *image* pada seseorang.

Dengan membeli merek tertentu, sudah menunjukkan bagaimana status sosial seseorang.

(2.) Merek memberi arti emosional

c. Pengertian dan Karakteristik Jasa Pendidikan Tinggi

UU No. 22 tahun 1961 tentang Perguruan tinggi menjelaskan bahwa “Perguruan tinggi adalah lembaga ilmiah yang mempunyai tugas menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di atas perguruan tinggi menengah, dan memberikan pendidikan dan pengajaran berdasarkan kebudayaan kebangsaan Indonesia dan dengan cara ilmiah”.

Adapun tujuan dari Perguruan Tinggi pada umumnya adalah sebagai berikut:

- 1) Membentuk manusia yang berjiwa Pancasila dan bertanggung jawab akan terwujudnya masyarakat sosialis Indonesia yang adil dan makmur materiil dan spiritual.
- 2) Menyiapkan tenaga yang cukup untuk memangku jabatan yang memerlukan pendidikan tinggi dan yang cukup berdiri sendiri dalam memelihara dan memajukan ilmu pengetahuan.
- 3) Melakukan penelitian dan usaha kemajuan dalam lapangan ilmu pengetahuan, kebudayaan, dan kehidupan kemasyarakatan.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa jasa perguruan tinggi merupakan tindakan yang ditawarkan oleh suatu lembaga/institusi di bidang pendidikan dan pengajaran yang tidak berwujud guna memajukan kehidupan masyarakat Indonesia.

Lebih spesifik lagi mengenai karakteristik jasa, ada beberapa catatan yang perlu diperhatikan sesuai dengan bahasan di dalam penelitian ini yaitu mengenai jasa pendidikan terutama jasa pendidikan perguruan tinggi. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam karakteristik jasa pada perguruan tinggi (Rambat Lupiyoadi & Hamdani, 2008: 148), antara lain:

- 1) Perguruan tinggi termasuk dalam kelompok jasa murni (*pure services*) dimana pembelian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata. Seperti, ruangan kelas, meja, dan buku-buku.
- 2) Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran penggunaan jasa (mahasiswa), jadi disini pelanggan yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan (meskipun dalam perkembangannya ada juga yang menawarkan program *distance learning*, universitas terbuka, kuliah jarak jauh, dan lain-lain).
- 3) Penerimaan jasa adalah orang, jadi merupakan pemberian jasa yang berbasis orang. Sehingga berdasarkan hubungan dengan penggunaan jasa (pelanggan/mahasiswa) adalah *high contact system* yaitu hubungan pemberi jasa dengan pelanggan tinggi. Pelanggan dan penyedia jasa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung. Untuk menerima jasa, pelanggan menjadi bagian dan sistem jasa tersebut.
- 4) Hubungan dengan pelanggan adalah berdasarkan *member relationship*, dimana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tersebut, sistem pemberian jasanya secara terus-menerus dan teratur sesuai kurikulum yang telah ditetapkan.

d. Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan

Kotler dan Fox (1995: 28) menjelaskan tentang pentingnya pemasaran dalam institusi pendidikan, dikatakan bahwa pemasaran berkembang di sekolah, lembaga pendidikan, universitas dan institusi pendidikan lainnya yang mencari cara untuk menarik dan melayani

peserta didik dan untuk memperoleh sumber daya yang mereka butuhkan. Pemasaran bukan hanya penjualan, iklan dan promosi yang menciptakan atau memelihara permintaan (*demand*). Pemasaran adalah keterampilan merencanakan dan mengelola pertukaran relasi-relasi institusi dengan publik yang beragam.

Menurut Buchari Alma (2009:31), *marketing* jasa pendidikan merupakan kegiatan lembaga pendidikan yang memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara memuaskan. Keberhasilan perusahaan jasa, termasuk institusi pendidikan tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola pemasaran eksternal (*external marketing*), pemasaran internal (*internal marketing*) dan pemasaran interkatif (*interactive marketing*). Pada pemasaran eksternal, perusahaan harus menetapkan janji mengenai jasa yang disampaikan pada pelanggan harus membuat karyawannya mampu memenuhi janji mengenai jasa tersebut, dan karyawan harus mampu menyampaikan jasa kepada pelanggan sesuai janji tersebut yaitu dalam pemasaran interkatif.

3. Citra Merek (*Brand Image*)

a. Merek (*Brand*)

1) Pengertian Merek (*Brand*)

Sebuah merek yang terkenal dan terpercaya merupakan aset yang tidak ternilai. Keahlian yang paling unik dari pemasaran yang profesional adalah kemampuannya untuk menciptakan, memelihara,

melindungi, dan meningkatkan merek. Aaker (1991: 2) Merek adalah cara membedakan sebuah nama atau simbol seperti logo, *trandmark*, atau desain kemasan yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari suatu produsen atau satu kelompok produsen dan untuk membedakan produk atau jasa itu dari produsen pesaing.

UU Merek No. 15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1 menyatakan bahwa: “Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa”.

Definisi tersebut memiliki kesamaan dengan definisi versi *American Marketing Association* yang menekankan peranan merek sebagai *indentifier* dan *differentiation*. Merek sangat bermanfaat bagi konsumen dan produsen. Kotler dalam Fandy Tjiptono (2008: 104) menyusun paham bahwa ada enam makna yang bisa di sampaikan melalui suatu merek, yaitu:

- a) Sarana indentifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan.
- b) Bentuk proteksi hukum terhadap fitur atau aspek produk yang unik.
- c) Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi di lain waktu.
- d) Sarana menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.
- e) Sumber keunggulan kompetitif terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik yang terbentuk dalam benak konsumen.

- f) Sumber *financial returns* terutama menyangkut pendapatan masa depan.

2) Fondasi Merek (*Brand*)

Merek merupakan sesuatu yang sangat penting bagi konsumen maupun produsen. Merek akan mempermudah pembelian konsumen. Tanpa merek, konsumen terpaksa mengevaluasi semua produk yang tidak memiliki merek setiap kali konsumen akan melakukan pembelian. Merek juga dapat meyakinkan konsumen bahwa mereka akan memperoleh suatu kualitas yang konsisten ketika mereka membeli suatu produk dengan merek tertentu (Rangkuti, 2004: 5).

Bagi produsen, merek dapat dipromosikan. Merek dapat dengan mudah diketahui ketika ditempatkan dalam suatu *display*. Merek dapat juga digunakan untuk mengurangi perbandingan harga, karena merek adalah salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan produk-produk sejenis yang berbeda (Rangkuti, 2004: 5).

Lebih lanjut Rangkuti menjelaskan bahwa membangun sebuah merek yang kuat tidak berbeda dengan membangun sebuah rumah. Ketika ingin memperoleh bangunan yang kokoh, diperlukan fondasi yang kuat, begitu juga dengan membangun dan mengembangkan suatu merek, diperlukan fondasi yang kuat.

Cara membangun fondasi merek adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki *positioning* yang tepat

Membangun *positioning* adalah menempatkan semua aspek dari *brand value* (termasuk manfaat fungsional)

secara konsisten sehingga selalu menjadi nomor satu dibenak konsumen. Tujuan utama *positioning* adalah menjadi nomor satu dibenak pelanggan, tetapi bukan berarti menjadi nomor satu untuk semua aspek. Keberhasilan *positioning* suatu merek tidak sekedar menemukan kata kunci atau ekspresi dari *core benefit* suatu merek, tetapi juga harus menjembatani antara keinginan dan harapan pelanggan, sehingga mampu memuaskan pelanggan.

b) Memiliki *brand value* yang tepat

Merek akan semakin kompetitif apabila *positioning* merek semakin tepat dibenak pelanggan. Untuk mengelolanya kita perlu mengetahui *brand value*. *Brand value* membentuk *brand personality*. *Brand personality* lebih cepat berubah dibandingkan dengan *brand positioning* karena *brand personality* mencerminkan perubahan selera konsumen.

c) Memiliki konsep yang tepat

Untuk mengkombinasikan *brand value* dan *brand personality* yang tepat kepada konsumen, maka harus didukung oleh konsep yang tepat. Pengembangan konsep merupakan proses yang kreatif, karena berbeda dari *positioning*. Konsep terus berubah sesuai dengan daur hidup produk yang bersangkutan. Konsep yang baik adalah

konsep yang dapat mengkomunikasikan semua elemen *brand value* dan *brand positioning* yang tepat, sehingga *brand image* dapat terus ditingkatkan.

3) Arti Pentingnya Merek (*Brand*)

Merek saat ini merupakan elemen penting dalam sebuah pemasaran. Hal itu dikarenakan beberapa faktor yang menyebabkan merek menjadi sangat penting saat ini antara lain (Durianto,dkk, 2001: 2):

- a) Merek mampu menciptakan komunikasi interaksi dengan konsumen. Semakin kuat suatu merek, makin kuat pula interaksinya dengan konsumen dan semakin banyak pula *brand association* yang terbentuk memiliki kualitas dan kuantitas yang kuat, potensi ini akan meningkatkan *brand image*.
- b) Merek sangat berpengaruh dalam bentuk perilaku konsumen. Merek yang kuat memiliki kemampuan untuk mengubah perilaku konsumen.
- c) Merek memudahkan proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Dengan adanya merek, konsumen dengan mudah dapat membedakan produk yang dibelinya dengan produk lain, sehubungan dengan kualitas, kebanggaan, ataupun atribut lain yang menempel pada merek tersebut.

4) Manfaat Merek (*Brand*)

Eunjoo Cho dalam penelitiannya yang berjudul; “*Development of a brand image scale and the impact of lovemarks on brand equity*” mengidentifikasi manfaat dari sebuah merek dan dibagi menjadi dua yaitu manfaat merek bagi perusahaan dan bagi konsumen. Adapun rincian manfaat tersebut yaitu:

a) Bagi Perusahaan

Merek memberikan banyak manfaat bagi sebuah instruksi (perusahaan) antara lain:

- (1.)Merek yang jelas akan membantu keberhasilan pemasar dalam menciptakan perbedaan dengan pesaing (Aaker, 2007; Keller, 2008).
- (2.)Merek membantu perusahaan mengurangi biaya periklanan dengan meningkatkan kesadaran merek (Keller & Lehmann, 2006; Keller, 2008).
- (3.)Merek membantu perusahaan menjadi pemimpin diantara pesaing dalam produk yang sama (Keller, 2008).

Konsekuensinya, identitas merek tersebut tidak hanya membantu meningkatkan margin keuntungan yang dihasilkan dari kesediaan konsumen untuk membayar, selain itu merek juga menguntungkan dalam perluasan ke pasar yang sama atau pasar yang berbeda. Akhirnya, karakteristik utama merek akan membantu perusahaan untuk menjaga produk melalui perlindungan hukum dari tindakan pemalsuan (Keller, 2008; Keller & Lehmann, 2006; Schmitt & Simonson, 1997).

b) Bagi Konsumen

Merek memberikan konsumen dengan tiga manfaat utama: pengurangan risiko, efisiensi informasi, dan ekspresi diri (Aaker, 2007; Keller, 2003, 2008; Riesenbeck & Perrey, 2007). Keller (2008) berpendapat bahwa merek membantu konsumen mengurangi kemungkinan pemilihan produk yang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Dengan demikian, untuk mengurangi resiko tersebut dilakukan dengan memberikan jaminan kualitas yang konsisten.

Riesenbeck & Perrey (2007) menyatakan bahwa merek dapat membantu konsumen mengenali dan menyadari kategori produk yang ditawarkan, sehingga membantu mereka secara efisien mengkategorikan besar jumlah informasi yang tersedia tentang produk. Akhirnya, merek menciptakan struktur kognitif yang membantu konsumen mengatur pengetahuan dan pengalaman mengenai produk yang berbeda, yang dapat membantu konsumen mentransfer karakteristik merek sendiri (Riesenbeck & Perrey, 2007). Proses ini, pada gilirannya, dapat mempengaruhi konsumen persepsi merek sebagai refleksi dari kepribadian mereka, karakter, status sosial, dan gaya hidup (Aaker, 2007).

5) Elemen-elemen Merek (*Brand*)

Menurut Durianto, dkk (2001: 165-166), elemen merek memiliki tiga bagian penting, yaitu:

a) *Brand Platform*

Brand platform adalah suatu *blue print* perencanaan merek yang strategis yang meliputi visi dan misi merek, serta wilayah kekuasaan dari suatu merek dan lain-lain.

b) *Brand identity and naming* (Identitas merek)

Brand identity mengidentifikasikan keunikan dan *differnsiasi* suatu merek sehingga suatu merek akan diidentifikasi berbeda dengan merek pesaing.

Berikut adalah tugas penting dalam mengelola *brand identity*:

(1.) Mengembangkan nama merek yang tepat dan berbeda dan mencerminkan strategi.

(2.) Mengembangkan sistem identifikasi visual yang komprehensif yang meliputi grafik, lingkungan dan produk.

(3.) Mengembangkan *brand identity* dalam proses pembedaan dengan merek pesainng terutama dengan brand association.

c) *Brand Communication* (Komunikasi Merek)

Sutau merek harus dapat dikomunikasikan dengan terencana dan stratejik, artinya bahwa seluruh aspek kreatif

dalam komunikasi harus disesuaikan dengan *platform* merek, sehingga komunikasi merek *in-line* dengan *platform* mereknya. Jadi komunikasi harus diarahkan untuk melayani merek, bukan produknya sehingga tercipta *brand differentiation*, bukan *product differentiation*

6) Komponen Merek

Terdapat tiga komponen utama yang tergabung menjadi satu, yang menentukan kekuatan dari sebuah merek. Merek yang kuat adalah:

- a) Merek yang khusus: yakni merek yang mewakili sesuatu. Merek tersebut mewakili suatu sudut pandang.
- b) Merek yang relevan: apa yang mewakili merek tersebut, terkait dengan apa yang dianggap penting oleh orang lain.
- c) Merek yang konsisten: Orang menjadi yakin dalam suatu hubungan berdasarkan kepada konsistensi perilaku yang mereka rasakan atau amati.

e. Citra (*Image*)

1) Pengertian Citra (*Image*)

Citra (*image*) adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan produknya (Kotler, 2002: 338). *Image* merupakan persepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang (*Enduring Perception*) (Simamora, 2003: 21). Dalam membentuk *image* sebuah merek, berarti konsumen akan memasuki dunia persepsi. Tidak

mudah membentuk *image* sebuah merek, tetapi sekali terbentuk tidak mudah pula mengubahnya. *Image* yang dibentuk sebuah perusahaan bukanlah sekedar *image*, tetapi *image* yang jelas, berbeda dan secara relatif lebih unggul dibandingkan pesaing.

Menurut William J. Stanton dalam Setiadi (2003: 160), persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu serta stimuli (rangsangan) yang kita terima melalui lima indera. Sedangkan menurut Webster dalam Setiadi (2003: 160) bahwa persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli tersebut diseleksi, diorganisir, dan diinterpretasikan. Dengan adanya persepsi, maka seseorang akan mempunyai gambaran tersendiri terhadap produk yang berbeda dengan orang lain. Motif seseorang untuk berperilaku seringkali didasarkan dari persepsi yang mereka rasakan, bukan berdasarkan fakta atau realitas yang mereka lihat.

2) Proses Persepsi

Terdapat tiga proses yang menyebabkan seseorang dapat memberikan persepsi yang berbeda terhadap rangsangan yang sama, antara lain (Simamora, 2003: 12-13):

a) Perhatian yang selektif (*Eksposure Selektif*)

Perhatian yang selektif berarti harus mampu menarik perhatian konsumen, dimana pesan yang akan disampaikan akan hilang bagi kebanyakan orang yang tidak berada

dalam pasar untuk produk tersebut, kecuali untuk pesan yang menonjol atau dominan yang mengelilingi konsumen tersebut.

b) Gangguan yang selektif (*Distorsi Selektif*)

Distorsi selektif ini menggambarkan kecenderungan orang untuk meramu informasi dengan cara yang lebih mendukung daripada menentang konsepsi-konsepsi yang telah dimilikinya. Dengan demikian, pemasar harus berupaya memahami susunan pemikiran konsumen dan dampak serta interpretasi iklan dan produk mereka.

c) Mengingat kembali yang selektif (Retensi yang selektif)

Mengingat yang selektif berarti mereka akan mengingat apa yang akan dikatakan sebagai unggulan suatu produk dan melupakan apa yang dikatakan pesaing.

3) Peran Citra (*Image*)

Citra (*image*) sebagai pengalaman fungsi akumulasi pengalaman beli sepanjang waktu, umumnya organisasi bisnis menyediakan informasi melalui iklan, penjualan langsung atau *public relations* untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang ada. Gronross (1990) (dalam Sutisna, 2001: 332) mengidentifikasi terdapat empat peran citra (*image*) dalam organisasi, antara lain:

a) *Image* mengkomunikasikan harapan-harapan bersamaan dengan gerakan-gerakan kampanye pemasaran eksternal,

seperti periklanan, penjualan pribadi dan komunikasi mulut ke mulut. *Image* mempunyai dampak pada adanya pengharapan. *Image* yang positif lebih memudahkan bagi organisasi untuk berkomunikasi secara efektif dan membuat orang-orang lebih mudah mengerti dengan komunikasi dari mulut ke mulut. *Image* yang negatif, menyulitkan bagi perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara efektif dan membuat orang-orang sulit mengerti dengan komunikasi dari mulut ke mulut.

- b) *Image* merupakan faktor yang mempengaruhi seorang konsumen tentang pelayanan. Disini *image* mempengaruhi persepsi konsumen karena fungsinya sebagai filter (penyaring) dari suatu kegiatan-kegiatan perusahaan atau organisasi. Jika *image* baik, maka *image* menjadi pelindung, sebaliknya jika *image* yang negatif akan menimbulkan perasaan konsumen yang tidak puas dan kecewa dengan pelayanan yang buruk.
- c) *Image* adalah fungsi dari pengalaman dan juga harapan konsumen tentang kualitas teknis dan fungsional dari pelayanan. Jika kinerja pelayanan memenuhi atau melebihi *image* yang dihasilkan, maka kinerja pelayanan tersebut berfungsi memperkuat *image* itu atau bahkan memperbaikinya. Meskipun demikian, jika kinerja berada dibawah, maka *image* akan memudar secara nyata.

Image mempunyai pengaruh penting pada manajemen. *Image* yang negatif dan tidak jelas akan berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan dan hubungan dengan konsumen. Sebaliknya *image* positif dan jelas, misalnya *image* organisasi dengan pengalaman yang sangat baik secara internal menceritakan nilai-nilai yang jelas dan menguatkan sikap positif terhadap hubungan dengan konsumen.

f. Citra Merek (*Brand Image*)

1) Pengertian Citra Merek (*Brand Image*)

Menurut Kotler & Keller yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2009: 288), Merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol,

desain atau kombinasi dari beberapa elemen ini, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi merek dari para pesaingnya. Sedangkan citra merek menurut Keller (2008: 51) adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi merek yang ada pada pikiran konsumen.

Menurut Rangkuti (2004: 43), mendefinisikan citra merek sebagai kumpulan asosiasi merek yang terbentuk di benak konsumen. Asosiasi merek sendiri merupakan segala yang berkaitan dengan ingatan mengenai suatu merek. Asosiasi ini merupakan atribut yang ada di dalam merek tersebut. Berbagai asosiasi yang diingat konsumen dapat dirangkai sehingga membentuk kesan terhadap merek (*brand image*).

Menurut Rosalina (2010: 334), mendefinisikan bahwa citra merek merupakan petunjuk yang akan digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi produk ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang suatu produk. Terdapat kecenderungan bahwa konsumen akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk maupun berdasarkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka citra merek (*brand image*) menurut penulis adalah persepsi konsumen untuk mengevaluasi suatu produk ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang suatu produk yang akan dibeli.

Konsumen cenderung akan memilih produk yang telah terkenal dan digunakan oleh banyak orang daripada produk yang baru dikenalnya.

2) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek (*Brand Image*)

Membangun *brand image* yang positif dapat dicapai dengan program marketing yang kuat terhadap produk tersebut, yang unik dan memiliki kelebihan yang ditonjolkan, yang membedakan dengan produk lain. Kombinasi yang baik dari elemen-elemen yang mendukung dapat menciptakan *brand image* yang kuat bagi konsumen. Faktor-faktor pendukung terbentuknya *brand image* dalam keterkaitannya dengan asosiasi merek menurut Kotler dan Keller (2008:167) yaitu:

a) *Favorability of brand association/* keunggulan asosiasi merek.

Satu faktor pembentuk *brand image* adalah keunggulan produk, dimana produk tersebut unggul dalam persaingan.

b) *Strength of brand association/ familiarity of brand association/* kekuatan asosiasi merek

Setiap merek yang berharga mempunyai jiwa, suatu kepribadian khusus adalah kewajiban mendasar bagi pemilik merek untuk dapat mengungkapkan, mensosialisasikan jiwa/kepribadian tersebut dalam satu bentuk iklan, ataupun bentuk kegiatan promosi dan pemasaran lainnya. Hal itulah yang akan terus menerus

menjadi penghubung antara produk/ merek dengan konsumen. Dengan demikian merek tersebut akan cepat dikenal dan akan tetap terjaga ditengah-tengah maraknya persaingan. Membangun popularitas sebuah merek menjadi merek yang terkenal tidaklah mudah. Namun demikian, popularitas adalah salah satu kunci yang dapat membentuk *brand image* konsumen.

c) *Uniqueness of brand association*/ keunikan asosiasi merek. Merupakan keunikan-keunikan yang dimiliki oleh produk tersebut. Beberapa keuntungan dengan terciptanya brand image yang kuat adalah:

- (1.)Peluang bagi produk/merek untuk terus mengembangkan diri dan memiliki prospek bisnis yang bagus.
- (2.)Memimpin produk untuk semakin memiliki sistem keuangan yang bagus.
- (3.)Membantu dalam menciptakan perbedaan dengan pesaing. Semakin merek terkenal oleh masyarakat, maka perbedaan/keunikan baru yang diciptakan perusahaan akan mudah dikenali konsumen.
- (4.)Menciptakan loyalitas konsumen.
- (5.)Membantu dalam efisiensi *marketing*, karena merek telah berhasil dikenal dan diingat oleh konsumen.

(6.)Mempermudah dalam perekrutan tenaga kerja bagi perusahaan.

(7.)Meminimumkan kehancuran/ kepailitan perusahaan.

(8.)Mempermudah mendapatkan investor baru guna mengembangkan produk.

3) Indikator Citra Merek (*Brand Image*)

Menurut Mohammad (2011: 61) yang dikutip oleh Fitria (2012: 4), ada 3 (tiga) indikator citra merek (*brand image*) yaitu:

- (a) *Corporate Image* (Citra Pembuat), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu barang atau jasa. Citra pembuat meliputi: popularitas, kredibilitas, jaringan perusahaan, serta pemakai itu sendiri/penggunanya.
- (b) *User Image* (Citra Pemakai), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa. Meliputi: pemakai itu sendiri, serta status sosialnya.
- (c) *Product Image* (Citra Produk), yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Meliputi atribut dari produk, manfaat bagi konsumen, serta jaminan.

Sedangkan menurut Kotler (2003:82) bahwa citra merek adalah suatu simbol rumit yang mempunyai 6 (enam) tingkat makna atau pengertian yaitu:

- (a) Atribut: Merek mengingatkan pada atribut-atribut tertentu.
- (b) Manfaat: Atribut-atribut harus diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional.
- (c) Nilai: Merek tersebut juga mengatakan sesuatu tentang nilai prosedurnya.
- (d) Budaya: Merek tersebut juga mungkin melambangkan budaya suatu daerah atau negara.
- (e) Kepribadian: Merek tersebut dapat mencerminkan kepribadian tertentu.

- (f) Pemakai: Merek tersebut menyiratkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut.

Pendapat lain dikemukakan oleh Sciffman & Kanuk dalam Pradityas (2011:41) menyebutkan faktor-faktor pembentuk *Brand Image* adalah sebagai berikut:

- (a) Kualitas atau mutu, berkaitan dengan kualitas barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dan berkenaan dengan kompetensi tenaga pengajar di dalamnya dan kemampuan lulusan serta kemudahan lulusan untuk memperoleh pekerjaan.
- (b) Dapat dipercaya atau diandalkan, berkaitan dengan pendapat atau kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu jasa yang dikomunikasikan.
- (c) Manfaat, yang berkaitan dengan fungsi dari suatu produk atau jasa yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.
- (d) Pelayanan, yang berkaitan dengan tugas produsen atau lembaga pendidikan dalam melayani konsumen atau mahasiswa.
- (e) Resiko, berkaitan dengan besar kecilnya akibat atau untung rugi yang mungkin dialami oleh konsumen atau mahasiswa setelah melakukan atau memilih suatu perguruan tinggi.
- (f) Harga, yang dalam hal ini berkaitan dengan tinggi rendahnya atau banyak sedikitnya jumlah biaya yang dikeluarkan konsumen atau mahasiswa untuk menempuh studi kedepannya.
- (g) Citra yang dimiliki oleh merek itu sendiri, yaitu berupa pandangan, kesepakatan, dan informasi yang berkaitan dengan suatu merek tertentu.

Selain itu, Robert dalam Cho (2011: 16) mengemukakan tiga dimensi citra merek positif yang akan berkontribusi dalam membentuk kecintaan terhadap suatu merek yang mengarahkan konsumen untuk menjadi penggemar fanatik. Dimensi tersebut antara lain:

- (a) *Mystery*
Mystery (misteri), menangkap pengalaman kognitif yang dibentuk oleh interaksi masa lalu dan sekarang dengan suatu merek serta impian masa depan dan mencerminkan aspirasi gaya hidup tertentu. Aspek kognitif dari *brand image* mencerminkan pikiran mental suatu merek yang konsumen bangun dengan mempertimbangkan *positive experiences*, layanan kinerja, dan makna simbolik atau psikologis dari sebuah merek.
- (b) *Sensuality*
Sensuality (sensualitas) mencerminkan pengalaman sensorik yang menyenangkan. Aspek sensorik dari *brand image* mengacu pada pengalaman merek, dibentuk melalui indera fisik konsumen (*visual, smell, music, touch, dan taste*).
- (c) *Intimacy*
Intimacy (keintiman) menangkap pengalaman afektif dan ikatan antara konsumen dengan merek. Wujudnya berupa pemahaman perusahaan terhadap preferensi dan pendapat konsumen, komitmen jangka panjang konsumen, dan kenikmatan konsumen saat berinteraksi dengan merek yang dapat menumbuhkan emosi positif dan persepsi terhadap perusahaan atau penawarannya.

Pendapat lain juga kemukakan oleh Alexander Joshep Ibnu Wibowo, dimana reputasi atau citra merek suatu program studi dapat diukur dari reputasi di tingkat program (*programme-level reputation*), reputasi di tingkat universitas/institusi (*institutional-level reputation*) dan kinerja akademik (*academic performance*). Dari berbagai pendapat di atas, peneliti memutuskan untuk menggunakan indikator dari Alexander Joshep Ibnu Wibowo dengan modifikasi yang disesuaikan dengan subjek penelitian.

4. Persepsi Biaya Pendidikan

a. Pengertian Persepsi Biaya Pendidikan

Menurut Jonathan Ling dan Jonathan Catling (2012:2) persepsi merupakan serangkaian proses rumit yang dengan melaluinya kita memperoleh dan menginterpretasikan informasi indrawi. Sarlito W. Sarwono (2012:86), dalam buku “Pengantar Psikologi Umum” menjelaskan bahwa kemampuan untuk membeda-bedakan, mengelompokkan, serta memfokuskan perhitungan pada suatu objek disebut sebagai persepsi. Persepsi berkenaan dengan fenomena dimana hubungan antara stimulus dan pengalaman lebih kompleks ketimbang dengan fenomena yang ada dalam sensasi (Rita. L. Atkinson., dkk, 1993:244). Dari beberapa definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi merupakan serangkaian proses membeda-bedakan serta memfokuskan perhatian pada suatu obyek yang diperoleh dari informasi indrawi.

Dedi Supriadi (2010:3) menyatakan bahwa biaya pendidikan merupakan salah satu komponen masukan instrumental yang sangat penting dalam penyelenggaraan pendidikan. Biaya (*cost*) dalam pengertian ini memiliki cakupan yang luas, yakni semua jenis pengeluaran yang berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan, baik dalam bentuk uang maupun barang dan tenaga yang dapat dihargakan dengan uang. Mulyasa (2003:47) berpendapat bahwa keuangan dan

pembiayaan merupakan salah satu sumber daya yang secara langsung menunjang efektivitas dan efisiensi pengelolaan pendidikan.

Abbas Ghizali (2012:1) menyatakan bahwa biaya pendidikan adalah merupakan nilai uang dari sumber daya pendidikan yang dibutuhkan untuk mengelola dan menyelenggarakan pendidikan, oleh karenanya untuk menghitung biaya pendidikan harus terlebih dahulu mengidentifikasi kebutuhan sumber daya pendidikan termasuk kualifikasi atau spesifikasi dan jumlahnya, untuk mengelola dan menyelenggarakan pendidikan. Pada Panduan Fasilitas Perhitungan Biaya Operasional Satuan Pendidikan (BOSP) dan Penyusunan Kebijakan (2008:9) menyebutkan bahwa biaya pendidikan didefinisikan sebagai nilai rupiah dari seluruh sumber daya baik dalam bentuk natura (barang), pengorbanan peluang, maupun uang, yang dikeluarkan untuk seluruh kegiatan pendidikan.

Menurut Harsono (2007:9), biaya pendidikan adalah semua pengeluaran yang memiliki kaitan langsung dengan penyelenggaraan pendidikan. Pengeluaran yang tidak memiliki kaitan langsung dengan penyelenggaraan pendidikan dapat disebut sebagai pemborosan, atau pengeluaran yang mestinya dapat dicagah. Muljani A. Nurhadi (2012:1) membedakan antara pembiayaan pendidikan dengan pendanaan pendidikan. Pembiayaan pendidikan lebih menyangkut persoalan estimasi dan perencanaan kebutuhan biaya yang diperlukan untuk mendukung proses pendidikan, sedangkan pendanaan lebih berkaitan

dengan persoalan bagaimana, siapa, dan seberapa mendanai pendidikan. Menurut Daljono (2011:13), biaya pendidikan dilihat dari sisi ekonomi adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan/manfaat pada saat ini atau masa yang akan datang.

Dari beberapa pendapat tentang biaya pendidikan di atas dapat ditarik pengertian umum bahwa biaya pendidikan adalah nilai dari uang atau nilai rupiah yang dikeluarkan oleh pemerintah, penyelenggara pendidikan, masyarakat, maupun orang tua siswa, dalam bentuk natura (barang), pengorbanan peluang, maupun uang yang digunakan untuk mengelola dan menyelenggarakan pendidikan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan pula bahwa persepsi biaya pendidikan dapat diartikan sebagai proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka terhadap keseluruhan pengorbanan finansial yang bisa berupa barang, pengorbanan peluang, maupun uang yang digunakan untuk mengelola dan menyelenggarakan pendidikan dari awal hingga akhir.

b. Klasifikasi Biaya Pendidikan

Pada Panduan Fasilitas Perhitungan Biaya Operasional Satuan Pendidikan (BOSP) dan Penyusunan Kebijakan (2008:9) disebutkan bahwa biaya satuan pendidikan dapat diklasifikasikan berdasarkan: (1) jenis input, (2) sifat penggunaan, (3) jenis penggunaan, (4) pihak yang

menanggung, dan (5) sifat keberadaanya. Masing-masing klasifikasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Biaya Satuan Pendidikan Berdasarkan Jenis Input

Biaya satuan pendidikan berdasarkan jenis input dapat diklasifikasikan ke dalam biaya operasional dan biaya investasi.

- a) Biaya operasional adalah biaya pendidikan yang habis dipakai dalam jangka waktu satu tahun atau kurang, atau biaya yang dikeluarkan berulang-ulang setiap tahunnya. Biaya operasional mencakup pengeluaran untuk: gaji dan tunjangan, buku-buku wajib, barang-barang yang harus sering diganti dengan yang baru, beasiswa, biaya pelayanan kesejahteraan (kantin, transport, penginapan dan olahraga) pemeliharaan gedung dan peralatan, langganan bandwidth (internet) serta biaya langganan daya/jasa seperti listrik, telepon, dan air tanah.
- b) Biaya investasi adalah biaya pendidikan yang penggunaannya lebih dari satu tahun. Biaya investasi ini meliputi: pembelian tanah, pembangunan gedung, perkantoran, pembangunan gedung layanan pendidikan, pembangunan gedung laboratorium, pengadaan peralatan laboratorium, pengadaan peralatan pembelajaran, pengadaan buku perpustakaan, pengembangan sumber daya manusia, perlengkapan pelajaran lain yang tahan lama, pembangunan asrama, pengadaan lahan pendidikan dan sebagainya.

2) Biaya Satuan Pendidikan Berdasarkan Sifat Penggunaan

Biaya satuan pendidikan dapat dibedakan antara biaya langsung (*direct costs*) dan biaya pendidikan tidak langsung (*indirect costs*).

a) Biaya langsung (*direct costs*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan input yang langsung terkait dengan proses belajar mengajar. Biaya satuan pendidikan langsung ini mencakup pengeluaran-pengeluaran antara lain untuk: gaji guru dan tenaga kependidikan lainnya, pembelian bahan, peralatan dan perlengkapan belajar, dan pembangunan gedung untuk belajar.

b) Biaya tidak langsung (*indirect costs*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan-kegiatan yang tidak berkaitan langsung dengan proses belajar mengajar tetapi menunjang proses belajar mengajar tersebut. Biaya tidak langsung ini, antara lain adalah: biaya *overhead* universitas, fakultas, lembaga, pemerintah pusat, dan pendapatan yang tidak diterima oleh mahasiswa karena kuliah dan tidak bekerja (*forgone earning*).

3) Biaya Satuan Pendidikan Berdasarkan Jenis Penggunaan

Menurut jenis penggunaannya, biaya operasional dapat dikelompokkan ke dalam biaya operasional personel dan biaya operasional bukan personel.

a) Biaya operasional personel adalah biaya yang di keluarkan untuk kesejahteraan dan pengembangan personel. Personel dimaksud meliputi dosen dan tenaga kependidikan (laboran, pustakawan,

tenaga administrasi), administratur meliputi pimpinan universitas, fakultas, lembaga, unit pelaksana teknis, dan lain-lain.

b) Biaya operasional bukan personel adalah biaya yang dikeluarkan untuk menyediakan segala bahan, peralatan, perlengkapan, serta sarana dan prasarana yang digunakan untuk proses pembelajaran, seperti buku, alat tulis, pemeliharaan gedung, daya dan jasa, dan lain-lain.

4) Biaya Satuan Pendidikan Berdasarkan Pihak yang Menanggung

Berdasarkan pihak yang menanggung, biaya pendidikan dapat digolongkan menjadi biaya pribadi (*private unit costs*), biaya satuan publik (*public unit cost*) dan biaya satuan sosial/total (*social/total unit cost*).

a) Biaya pribadi (*private unit costs*) adalah biaya yang ditanggung oleh orang tua (siswa) per tahun. Biaya pribadi mencakup pengeluaran untuk sumbangan pendidikan, buku dan alat tulis, pakaian, akomodasi, transportasi, konsumsi, karyawisata, uang jajan, kursus, dan *forgone earning* yaitu potensi penghasilan yang tidak diterima karena mahasiswa tidak bekerja.

b) Biaya publik (*public unit cost*) adalah biaya yang ditanggung oleh pemerintah dan masyarakat, yang berarti keseluruhan biaya selain yang ditanggung oleh orang tua (siswa) per tahun.

c) Biaya sosial (total) (*social/total unit cost*) adalah total biaya yang ditanggung pemerintah, orang tua (mahasiswa) dan masyarakat

lain per tahun, atau sama dengan biaya pribadi ditambah dengan biaya publik.

5) Biaya Satuan Pendidikan Berdasarkan Sifat Keberadaanya

Biaya satuan pendidikan dapat dibedakan ke dalam biaya pendidikan faktual dan biaya pendidikan ideal.

a) Biaya pendidikan faktual adalah biaya-biaya yang senyatanya dikeluarkan dalam penyelenggaraan pendidikan.

b) Biaya pendidikan ideal adalah biaya-biaya satuan pendidikan yang semestinya dikeluarkan agar penyelenggaraan pendidikan dapat menghasilkan mutu pendidikan yang diinginkan.

Menurut Dedi Supriadi (2010:4), dalam teori dan praktik pembiayaan pendidikan baik pada tataran makro maupun mikro, biaya pendidikan dikelompokkan menjadi tiga yaitu: (1) biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Biaya langsung adalah segala pengeluaran yang secara langsung menunjang penyelenggaraan pendidikan. Sedangkan biaya tidak langsung adalah pengeluaran yang secara tidak langsung menunjang proses pendidikan tetapi memungkinkan proses pendidikan tersebut terjadi, misalnya biaya hidup mahasiswa, biaya transportasi, biaya jajan, biaya kesehatan, harga kesempatan (*opportunity cost*); (2) Biaya pribadi (*privat cost*) dan biaya sosial (*social cost*). Biaya pribadi adalah pengeluaran keluarga untuk pendidikan atau dikenal juga dengan pengeluaran rumah tangga (*household expenditure*). Biaya sosial adalah biaya yang dikeluarkan

oleh masyarakat untuk pendidikan, baik melalui sekolah maupun melalui pajak yang dihimpun oleh pemerintah kemudian digunakan untuk membiayai pendidikan. Biaya yang dikeluarkan oleh pemerintah pada dasarnya merupakan biaya sosial; (3) Biaya dalam bentuk uang (*monetary cost*) dan bukan uang (*non-monetary cost*). Pengelompokan biaya pendidikan menjadi tiga kategori ini dapat saling tumpang tindih, misalnya ada biaya pribadi dan biaya sosial yang bersifat langsung dan tidak langsung, ada yang berupa uang maupun bukan uang; ada juga biaya langsung dan tidak langsung serta biaya pribadi dan biaya sosial yang dalam bentuk uang maupun bukan uang.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 48 Tahun 2008 tentang Pendanaan Pendidikan, Pasal 3, biaya pendidikan meliputi biaya satuan pendidikan, biaya penyelenggaraan dan atau pengelolaan, dan biaya pribadi peserta didik. Biaya satuan pendidikan terdiri atas (1) biaya investasi yang terdiri dari biaya investasi lahan pendidikan dan biaya investasi selain lahan pendidikan; (2) Biaya operasi, yang terdiri dari biaya personalia dan biaya non personalia; (3) Bantuan biaya pendidikan, dan (4) Beasiswa. Biaya penyelenggaraan dan atau pengelolaan pendidikan meliputi; (a) biaya investasi yang terdiri dari biaya investasi lahan pendidikan dan biaya investasi selain lahan pendidikan; (b) biaya operasi, yang terdiri dari biaya personalia dan biaya non personalia. Biaya personalia meliputi biaya personalia satuan pendidikan, yang terdiri dari gaji pokok bagi pegawai pada satuan

pendidikan, tunjangan struktural bagi pejabat struktural pada satuan pendidikan, tunjangan fungsional atau subsidi tunjangan fungsional guru dan dosen, tunjangan profesi guru dan dosen, tunjangan khusus bagi guru dan dosen, masalah tambahan bagi guru dan dosen, dan tunjangan kehormatan bagi dosen yang memiliki jabatan profesor atau guru besar. Biaya personalia penyelenggaraan dan atau pengelolaan pendidikan, yang terdiri dari gaji pokok, tunjangan yang melekat pada gaji, tunjangan struktural bagi pejabat struktural, dan tunjangan fungsional bagi pejabat fungsional.

Dalam Panduan Fasilitas Perhitungan Biaya Operasional Satuan Pendidikan (BOSP) dan Penyusunan Kebijakan (2008: 11) disebutkan pula bahwa biaya pendidikan dapat diklasifikasikan ke dalam biaya operasional dan biaya investasi.

1) Biaya Operasional

Biaya operasional adalah biaya yang ditimbulkan dari pengadaan barang dan jasa yang diperlukan untuk penyelenggaraan pendidikan yang habis digunakan dalam waktu satu taun atau kurang per siswa per tahun. Biaya operasional dapat dipilah menjadi biaya operasional personal dan biaya operasional bukan personal.

a) Biaya Operasional Personal

Biaya operasional personal merupakan seluruh pengeluaran sekolah yang digunakan untuk kesejahteraan personal atau sumber daya manusia (SDM) dan pengembangan personal sekolah.

Kesejahteraan personil mencakup gaji, tunjangan, kesejahteraan, transportasi, termasuk perjalanan dinas, seragam, kelebihan jam mengajar atau jam kerja, tunjangan hari raya, dan sebagainya. Pengembangan personil atau sumber daya manusia meliputi biaya untuk pengiriman personil pada kegiatan lokakarya, seminar, magang, pelatihan, penataran, dan pendidikan untuk personil.

b) Biaya Operasional Bukan Personil

Biaya pendidikan operasional bukan personil meliputi seluruh pengeluaran yang dimanfaatkan untuk keperluan kesejahteraan dosen dan tenaga kependidikan. Komponen biaya ini mencakup biaya (1) biaya alat tulis, (2) buku dan e-journal (3) biaya alat dan bahan habis pakai, (4) langganan daya dan jasa, (5) perbaikan ringan dan pemeliharaan gedung dan bangunan, (6) biaya pembinaan kemahasiswaan, (7) kerjasama dalam dan luar negeri, (8) biaya pembinaan, pengawasan, pemantauan, dan pelaporan, dan (9) biaya rapat-rapat.

2) Biaya Investasi

Biaya investasi adalah biaya pendidikan yang penggunaannya lebih dari satu tahun. Biaya investasi ini meliputi: pembelian tanah, pembangunan gedung perkantoran, pembangunan gedung layanan pendidikan, pembangunan laboratorium, pengadaan peralatan laboratorium, pengadaan peralatan pembelajaran, perlengkapan

pelajaran lain yang tahan lama, pembangunan asrama dan sebagainya.

Menurut Nanang Fattah (2004:23), biaya dalam pendidikan meliputi biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Biaya langsung terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan pengajaran dan kegiatan belajar siswa berupa pengadaan alat pembelajaran, sarana belajar, biaya transportasi, gaji guru, baik yang dikeluarkan oleh pemerintah, orang tua, maupun siswa sendiri. Biaya tidak langsung berupa keuntungan yang hilang (*earning forgone*) dalam bentuk biaya kesempatan yang hilang yang dikorbankan oleh siswa selama belajar. Berdasarkan pendekatan unsur biaya, pengeluaran satuan pendidikan dikategorikan ke dalam beberapa item pengeluaran yaitu: 1) pengeluaran untuk pelaksanaan pembelajaran, 2) pengeluaran untuk tata usaha, 3) pengeluaran sarana prasarana, 4) kesejahteraan pegawai, 5) biaya administrasi, 6) pembinaan teknis, dan 7) pendataan. Perhitungan biaya dalam pendidikan akan ditentukan oleh unsur-unsur tersebut yang didasarkan pula pada perhitungan biaya nyata (*the real cost*) sesuai dengan kegiatan menurut jenis dan volumenya.

Mulyasa (2003:168) menyatakan bahwa pemikiran tentang dana pendidikan paling tidak dapat difokuskan pada dana langsung, dana tidak langsung, sumber-sumber dana pendidikan, kriteria kesejahteraan sosial maksimum, kriteria keputusan, dan beberapa masalah dalam

analisis keuntungan-biaya. Biaya tak langsung sering juga dipandang sebagai biaya pendidikan yang tidak dapat dilihat secara nyata (*hidden costs*), yang dapat dibedakan menjadi: 1) biaya yang seolah-olah hilang karena siswa bersekolah, dibandingkan dengan seandainya bekerja untuk mendapatkan pemasukan (uang), 2) nilai pengecualian pajak seperti umumnya dikenakan pada lembaga-lembaga non-profit (tidak terkecuali lembaga pendidikan), dan 3) *inputed costs depresi* dan bunga (dalam hubungannya dengan biaya-biaya gedung dan perlengkapan pendidikan sekolah).

Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan Pasal 62 menyebutkan bahwa pembiayaan pendidikan terdiri atas biaya investasi, biaya operasi, dan biaya personal. Biaya investasi satuan pendidikan meliputi biaya penyediaan sarana dan prasarana, pengembangan sumber daya manusia, dan modal kerja tetap. Biaya personal pendidikan meliputi biaya pendidikan yang harus dikeluarkan oleh peserta didik untuk bisa mengikuti proses belajar mengajar secara teratur dan berkelanjutan. Yang dimaksud dalam biaya personal peserta didik antara lain pakaian, transport, buku pribadi, konsumsi, akomodasi, dan biaya pribadi lainnya. Sedangkan operasi pendidikan meliputi: 1) gaji pendidik dan tenaga kependidikan serta segala tunjangan yang melekat pada gaji, 2) bahan atau peralatan pendidikan habis pakai, dan 3) biaya operasi pendidikan tak langsung berupa daya, air, jasa telekomunikasi, pemeliharaan sarana dan

prasarana, uang lembur, transportasi, konsumsi, pajak, asuransi, dan lain sebagainya.

Menurut Akhmad Sudrajat (2008), administrasi keuangan bidang pendidikan, dibedakan antara biaya (*cost*) dan pembelanjaan (*expenditure*). Biaya (*cost*) sebagai nilai besar dana yang diperkirakan perlu disediakan untuk membiayai kegiatan tertentu, misalnya kegiatan akademik, kegiatan kesiswaan, dan sebagainya. Sedangkan pembelanjaan (*expenditure*) adalah besar dana riil yang dikeluarkan untuk membiayai unit kegiatan tertentu, misalnya kegiatan praktikum siswa. Secara umum, pembiayaan pendidikan dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: 1) Biaya rutim (*recurring cost*) dan biaya modal (*capital cost*). *Recurring cost* mencakup keseluruhan biaya operasional penyelenggaraan pendidikan, seperti biaya administrasi, pemeliharaan fasilitas, pengawasan, gaji, biaya untuk kesejahteraan, dan lain-lain. Sedangkan *capital cost* atau sering pula disebut biaya pembangunan mencakup biaya untuk pembangunan fisik, pembelian tanah, dan pengadaan barang-barang lainnya yang didanai melalui anggaran pembangunan.

Abbas Ghozali (2012:1) menyatakan bahwa biaya pendidikan meliputi: 1) biaya pengelolaan pendidikan, 2) biaya satuan pendidikan, dan 3) biaya pribadi peserta didik. Lebih lanjut diuraikan sebagai berikut:

1) Biaya Pengelolaan Pendidikan

Biaya pengelolaan pendidikan adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan pengelolaan pendidikan baik oleh pemerintah dari tingkat pusat sampai tingkat daerah maupun masyarakat atau swasta. Biaya pengelolaan ini meliputi biaya operasi personalia untuk kesejahteraan pegawai, biaya operasi non personalia, biaya investasi sumber daya manusia untuk meningkatkan kemampuan pegawai, dan biaya investasi sarana-prasarana.

2) Biaya Satuan Pendidikan

Penyelenggaraan pendidikan di satuan pendidikan memerlukan sumber daya pendidikan. Sumber daya pendidikan adalah segala sesuatu yang dipergunakan dalam penyelenggaraan pendidikan yang meliputi pendidik dan tenaga kependidikan, dan prasarana pendidikan. Penggunaan sumber daya pendidikan berimplikasi pada biaya pendidikan. Biaya pendidikan itu dapat dihitung per satuan pendidikan per tahun dan per peserta didik per tahun, keduanya dapat disebut sebagai biaya satuan pendidikan.

Biaya satuan pendidikan terdiri dari biaya operasi dan biaya investasi. Biaya operasi terdiri dari biaya operasi personalia, meliputi gaji dan tunjangan pendidik dan tenaga kependidikan; biaya operasi non personalia yang terdiri dari alat tulis, bahan dan alat habis pakai, daya dan jasa, pemeliharaan dan perbaikan sarana-prasarana, transportasi, konsumsi, asuransi, pembinaan siswa dalam bentuk kegiatan ekstrakurikuler, pelaporan, dan uji kompetensi. Biaya

investasi meliputi biaya investasi Sumber Daya Manusia (SDM) dan investasi sarana-prasarana. Biaya investasi SDM berupa biaya untuk pengembangan pendidikan dan pengembangan tenaga kependidikan. Biaya investasi sarana dan prasarana meliputi lahan, taman, lapangan olahraga, lapangan upacara, bangunan, jaringan, perabot, peralatan perkantoran, dan media pendidikan.

Biaya investasi pendidik dan tenaga kependidikan adalah biaya yang timbul sebagai akibat pemberian kompensasi kepada pendidika dan tenaga kependidikan yang sama dengan frekuensi hanya satu kali untuk selamanya atau berulang tetapi untuk lebih dari satu tahun. Kompensasi tersebut berupa pendidikan, pelatihan, lokakarya, seminar, dan kegiatan sejenis lainnya. Sarana pendidikan adalah perlengkapan pembelajaran yang dapat dipindah-pindahkan. Sarana pendidikan meliputi perabot, peralatan pendidikan, media pendidikan, buku dan sumber belajar lainnya, bahan dan alat habis pakai, serta perlengkapan lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran yang teratur dan berkelanjutan. Prasarana pendidikan adalah fasilitas dasar untuk menjalankan fungsi lembaga pendidikan yang meliputi lahan, ruang kelas, ruang pimpinan suatu pendidikan, ruang unit produksi, ruang kantin, instalasi daya dan jasa, tempat olahraga, tempat beribadah, tempat bermain, tempat berkreasi, dan ruang/tempat lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran yang teratur dan berkelanjutan. Sebagian besar

prasarana dan sarana pendidikan seperti lahan, bangunan, perabot, peralatan, media pendidikan, buku, dan lain-lain memiliki umur pakai lebih dari satu tahun. Sebagian kecil sarana pendidikan seperti bahan habis pakai, alat habis pakai, daya dan jasa, dan sebagainya memiliki umur pakai kurang dari satu tahun. Sarana dan prasarana pendidikan juga memerlukan pemeliharaan dan perbaikan yang dilakukan satu kali atau lebih dalam satu tahun atau sekali untuk beberapa tahun. Pengadaan, pemeliharaan, dan perbaikan sarana dan prasarana merupakan bagian dari biaya pendidikan. Biaya pengadaan sarana dan prasarana yang umur pakainya lebih dari satu tahun disebut biaya investasi sarana dan prasarana, sedangkan biaya pengadaan sarana dan prasarana yang umur pakainya kurang dari satu tahun, dan biaya pemeliharaan serta perawatannya disebut biaya operasi bahan dan alat habis pakai serta pemeliharaan dan perbaikan ringan.

3) Biaya Pribadi Peserta Didik

Biaya pribadi peserta didik adalah biaya yang ditanggung oleh peserta didik dalam menyediakan sumber daya pendidikan untuk bisa mengikuti proses pembelajaran secara teratur dan berkelanjutan. Biaya pribadi ini meliputi: biaya buku, transport pergi-pulang dari rumah ke sekolah, perlengkapan sekolah, pakaian seragam sekolah, bahan praktik, kursus tambahan, karya wisata, akomodasi, konsumsi, dan forgon earning. Biaya pribadi dihitung

dalam waktu satu siklus, yaitu periode waktu dimana peserta didik belajar dapat mencapai kompetensi yang ditentukan.

Berdasarkan beberapa pendapat tentang komponen biaya pendidikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya pendidikan meliputi: 1) biaya satuan pendidikan, 2) biaya penyelenggaraan dan atau pengelolaan pendidikan, dan 3) biaya pribadi peserta didik. Biaya satuan pendidikan adalah biaya penyelenggaraan pendidikan pada tingkat satuan pendidikan, yang terdiri atas: a) Biaya investasi, yaitu biaya investasi lahan pendidikan dan biaya investasi selain lahan pendidikan; b) biaya operasi, yang terdiri dari biaya personalia dan biaya nonpersonalia; c) bantuan biaya pendidikan, dan d) beasiswa.

Biaya penyelenggaraan dan/atau pengelolaan pendidikan adalah biaya penyelenggaraan dan/atau pengelolaan pendidikan oleh satuan pendidikan yang didirikan oleh masyarakat, yang meliputi: a) Biaya investasi yang terdiri dari biaya investasi lahan pendidikan dan biaya investasi selain lahan pendidikan; b) biaya operasi yang terdiri dari biaya personalia dan biaya nonpersonalia. Biaya pribadi peserta didik merupakan biaya personal yang meliputi biaya pendidikan yang harus dikeluarkan oleh peserta didik untuk bisa mengikuti proses pembelajaran secara teratur dan berkelanjutan.

c. Sumber Biaya Pendidikan

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 48 Tahun 2008 tentang Pendanaan Pendidikan, pasal 51 ayat (1) disebutkan bahwa pendanaan

pendidikan bersumber dari Pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat. Selanjutnya pada ayat (4) disebutkan bahwa dana pendidikan yang diselenggarakan oleh Pemerintah dapat bersumber dari : 1) Anggaran Pemerintah, 2) bantuan pemerintah daerah, 3) pungutan dari peserta didik atau orang tua/walinya yang dilaksanakan sesuai peraturan perundang-undangan, 4) bantuan dari pemangku kepentingan satuan pendidikan di luar peserta didik atau orang tua/walinya, 5) bantuan dari pihak asing yang tidak mengikat, dan/atau 6) sumber lain yang sah.

Dilihat dari sumbernya, menurut Harsono (2007:9) biaya pendidikan dapat digolongkan menjadi 4 (empat) jenis yaitu biaya pendidikan yang dikeluarkan oleh pemerintah, biaya yang dikeluarkan oleh masyarakat orang tua/wali siswa seperti sponsor dari lembaga keuangan atau perusahaan, dan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pendidikan. Menurut Dedi Supriadi (2010:5), biaya pendidikan berasal dari: 1) pendapatan dari sektor pajak, 2) pendapatan dari sektor non-pajak, misalnya dari pemanfaatan sumber daya alam dan produksi nasional lainnya yang lazim dikategorikan ke dalam “gas” dan “non-migas”, 3) keuntungan dari ekspor barang dan jasa, 4) usaha-usaha negara lainnya, termasuk dari investasi saham pada perusahaan negara (BUMN), serta 5) bantuan dalam bentuk hibah dan pinjaman luar negeri baik dari lembaga-lembaga keuangan internasional maupun pemerintah, baik melalui kerja sama multilateral maupun bilateral. Alokasi dana untuk setiap sektor

pembangunan, termasuk pendidikan, dituangkan dalam Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (RAPBN) setiap tahun.

Abbas Ghozali (2012:8) dalam makalah berjudul Sistem Pendanaan Pendidikan di Indonesia menyatakan bahwa untuk pendidikan bukan program wajib belajar (pendidikan menengah dan tinggi) yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat, biaya investasi lahan serta gaji dan tunjangan-tunjangan pendidik dan tenaga kependidikan menjadi tanggungjawab pemerintah pusat, sedangkan biaya investasi bukan lahan dan biaya operasi nonpersonalia merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah pusat dan masyarakat, khususnya orangtua/wali peserta didik. Pemerintah daerah, pemangku kepentingan, dan pihak asing dapat membantu mendanai biaya-biaya investasi lahan, investasi non lahan, dan operasi nonpersonalia. Biaya pribadi pendidikan menjadi tanggungjawab orang tua/wali peserta didik, namun bagi peserta didik yang orang tuanya tidak mampu dapat memperoleh bantuan dari pemerintah pusat. Bantuan biaya pribadi tersebut dalam bentuk biaya siswa. Untuk pendidikan tinggi dikenal dengan beasiswa bidik misi, beasiswa peningkatan prestasi akademik, dan beasiswa bantuan belajar mahasiswa.

Sumber biaya pendidikan bagi perguruan tinggi negeri di Indonesia khususnya yang berbentuk badan layanan umum (BLU), menurut Undang-Undang No 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum, Pasal 14 disebutkan bahwa pendapatan BLU berasal dari 1) Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), 2) pendapatan yang

diperoleh dari jasa layanan yang diberikan kepada masyarakat, 3) hibah tidak terikat yang diperoleh dari masyarakat atau badan lain, 4) hibah terikat yang diperoleh dari masyarakat atau badan lain. APBN yang dimaksud dalam bentuk sumbangan pembinaan pendidikan dan biaya lainnya, termasuk hasil yang diperoleh dari jasa layanan yang diberikan kepada masyarakat.

Terkait dengan sumber biaya pendidikan tinggi Garms (1978:415) menyatakan bahwa *“Institutions of higher learning get significant amounts of money from tuition, state grant, federal aid, philanthropy, research contracts, endowment income, and sales of service”*. Artinya institusi atau lembaga penyelenggara pendidikan tinggi memperoleh sejumlah uang yang memadai berasal dari biaya sumbangan pendidikan, hibah dari negara, bantuan pemerintah federal, para dermawan, kontrak-kontrak penelitian, penerimaan dari sumbangan, dan penjualan jasa pelayanan.

Berkaitan dengan sumber daya pendidikan, Nicholas Barr (2005:1) menyatakan: *“If it is not possible to rely wholly on public funding, it is necessary to bring in private finance but in ways that do not deter students from poor backgrounds”*. Artinya jika tidak memungkinkan menggantungkan sepenuhnya pada subsidi pemerintah, diperlukan kemampuan dalam menyerap dana masyarakat (SPP), akan tetapi jangan sampai membebani mahasiswa dari latar belakang keluarga yang tidak mampu.

Berdasarkan beberapa pendapat tentang sumber biaya pendidikan di atas, khususnya untuk pendidikan tinggi yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Perguruan Tinggi Negeri (PTN), lebih spesifik lagi PTN berbentuk Badan Layanan Umum (BLU), pendanaan BLU bersumber dari 1) Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), 2) pendapatan yang diperoleh dari jasa layanan yang diberikan kepada masyarakat

B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ike Mety Wulandari (2013) yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi (Studi Kasus pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi dengan menggunakan pendekatan konfirmasi. Hasil dari penelitian ini yaitu kedua variabel baik itu *Brand Image* dan Lokasi sama berpengaruh signifikan dan variabel yang paling dominan adalah Lokasi dengan persentase sebesar 44,1% terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ike Mety Wulandari dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti pada satu variabel bebas yaitu *Brand Image* dan teknik pengumpulan datanya. Perbedaannya yaitu dalam penelitian terdapat pada variabel bebas lain dan variabel terikat yang dipilih, serta lokasi penelitian juga teknik analisis data dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Ike Mety Wulandari menggunakan analisis regresi dengan pendekatan

konfirmasi, namun pada penelitian yang akan saya lakukan menggunakan analisis regresi ganda.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Karina Pradityas Putri (2011) yang berjudul “Analisis Pengaruh *Brand Image*, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang”. Hasil penelitian ini adalah variabel independen (*Brand Image*, Biaya Pendidikan dan Fasilitas Pendidikan) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Melanjutkan Studi Pada Program Diploma III FE Undip dengan koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,860 yang berarti 86% keputusan studi dapat dijelaskan oleh variabel *Brand Image*, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas Pendidikan sedangkan sisanya yaitu 14% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Karina Pradityas Putri dengan penelitian saya terdapat pada dua variabel bebas yang dipilih yaitu *Brand Image* dan Biaya Pendidikan. Perbedaannya terletak pada variabel terikat dan lokasi yang dijadikan tempat penelitian.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Dwi Febriani (2015) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Tentang Pendidikan, Lingkungan Teman Sebaya, Jenis Sekolah, dan Status Sekolah terhadap Mianit Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Jenjang Pendidikan Menengah yang Bertempat Tinggal di Desa Adiwerna Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal”. Penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto* yang

menggunakan kuesioner dan dokumentasi dalam pengumpulan data. Analisis data menggunakan analisis model probit. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu: (1) Persepsi tentang pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi. (2) Lingkungan teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi. (3) Jenis sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi, siswa yang bersekolah di sekolah umum memiliki probabilitas berminat melanjutkan ke perguruan tinggi, 13% lebih tinggi daripada siswa yang bersekolah di sekolah kejuruan. (4) Status sekolah tidak berpengaruh terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi. (5) Persepsi tentang pendidikan, teman sebaya, jenis sekolah, dan status sekolah secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Dwi Febriani dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi. Perbedaannya yaitu dalam penelitian terdapat pada variabel bebas yang dipilih, lokasi penelitian dan fokus penelitian dimana penelitian yang akan saya lakukan langsung khusus pada satu program studi yaitu Pendidikan Akuntansi nanum pada penelitian yang dilakukan oleh Ayu Dwi Febriani secara umum pada Perguruan Tinggi.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Lambang Tri Harmini (2011) dengan judul “Hubungan antara Motivasi Belajar, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Lingkungan Teman Sebaya dengan Minat Melanjutkan ke Perguruan Tinggi Siswa Kelas XII IPS SMA Negeri 1 Prambanan Tahun Ajaran 2010/2011”. Penelitian ini merupakan penelitian *expost facto* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi ganda. Hasil penelitian ini yaitu: (1) Terdapat hubungan positif dan signifikan antara Motivasi Belajar dengan Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi, hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r_{x1y}) sebesar 0,466 dan nilai r_{x1y} lebih besar dari nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% ($0,466 > 0,202$). (2) Terdapat hubungan positif dan signifikan antara Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi, hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r_{x2y}) sebesar 0,297 dan nilai r_{x2y} lebih besar dari nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% ($0,297 > 0,202$). (3) Terdapat hubungan positif dan signifikan antara Lingkungan Teman Sebaya dengan Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi, hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r_{x3y}) sebesar 0,381 dan nilai r_{x3y} lebih besar dari nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% ($0,381 > 0,202$). (4) Terdapat hubungan positif dan signifikan antara Motivasi Belajar, Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Lingkungan Teman Sebaya secara bersama-sama dengan Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi, hal ini ditunjukkan dengan

koefisien korelasi (R_y) sebesar 0,572 dan nilai F_{hitung} bernilai positif dan lebih besar dari F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% ($15,200 > 2,70$) dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,327.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Lambang Tri Harmini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi. Perbedaannya yaitu dalam penelitian terdapat pada variabel bebas yang dipilih, lokasi penelitian dan fokus penelitian dimana penelitian yang akan saya lakukan langsung khusus pada satu program studi yaitu Pendidikan Akuntansi nanum pada penelitian yang dilakukan oleh Lambangn Tri Harmini secara umum papa Perguruan Tinggi

C. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di Kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016

Sejak awal hampir setiap produk membungkus dirinya dengan atribut-atribut *brand*. Sifat atribut tersebut bisa berupa fisik atau terlihat, maupun non-fisik atau tak terlihat. Saat ini perebutan pasar dianggap sebagai persaingan antar merek, dimana atribut fisik dan non-fisik *brand* memainkan peranan penting. Salah satu komponen keunggulan bersaing dapat dibentuk melalui merek. Citra merek menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Melalui citra merek perguruan tinggi maupun program studi

yang baik, maka dapat menimbulkan nilai emosional pada diri mahasiswa maupun calon mahasiswa, yang akan menimbulkan perasaan positif terhadap perguruan tinggi atau program studi tersebut.

Hasil riset yang dilakukan oleh Davis (dalam Sadat, 2009) menunjukkan bahwa, sebanyak lebih dari 50% keputusan pembelian dipengaruhi oleh merek. Untuk itulah, dalam industri perguruan tinggi yang menjadi fokus utama adalah bagaimana citra merek atau nama universitas atau program studi menjadi yang pertama diingat di benak mahasiswa atau calon mahasiswa agar dapat mempengaruhi keputusan konsumen dengan menimbulkan ketertarikan atau minat.

2. Pengaruh Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di Kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016

Persepsi biaya pendidikan merupakan sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka terhadap keseluruhan pengorbanan finansial yang dikeluarkan baik oleh orang tua mahasiswa atau mahasiswa tersebut untuk keperluan selama menempuh pendidikan dari awal sampai berakhirnya pendidikan. Biaya pendidikan yang mahal telah menjadi permasalahan klasik dan menjadi rahasia umum bagi hampir seluruh penduduk Indonesia yang sedang menimba ilmu dan telah menjadi salah satu penghalang masuk bagi kalangan masyarakat yang berpenghasilan rendah. Biaya yang harus dikeluarkan untuk

mendapatkan gelar sarjana pendidikan memang cukup besar. Hal tersebut menjadi faktor faktor terbesar yang menjadi penghalang atau penghambat minat seseorang untuk melanjutkan studi pada perguruan tinggi. Walaupun orang tersebut mempunyai motivasi yang besar dan terdapat banyak manfaat yang akan diperoleh dari melanjutkan studi pada perguruan tinggi khususnya Prodi Pendidikan Akuntansi, namun apabila tidak memiliki biaya hampir dipastikan orang tersebut tidak melanjutkan studinya. Sedangkan jika terdapat beasiswa atau keringanan biaya pendidikan maka akan semakin banyak siswa berminat melanjutkan studi. Dengan demikian persepsi biaya pendidikan mempunyai pengaruh untuk melanjutkan studi karena apabila terdapat beasiswa atau keringanan maka akan semakin tinggi minat siswa untuk melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.

3. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di Kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016

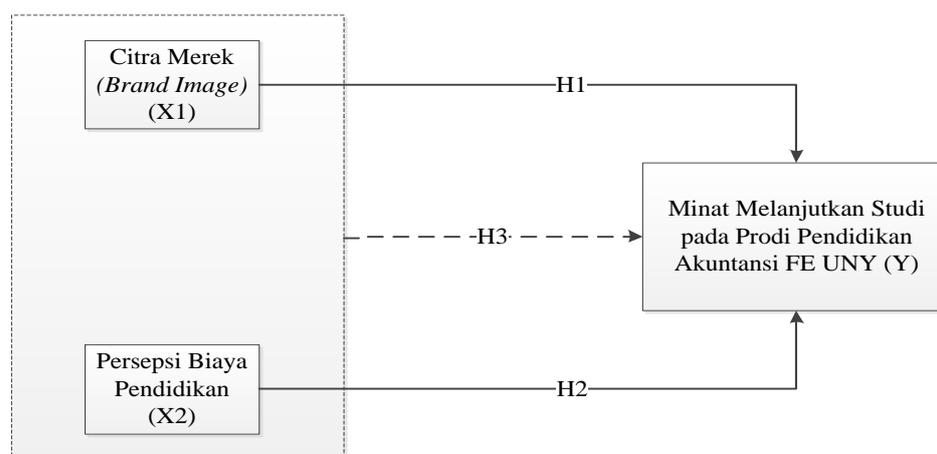
Program studi di suatu perguruan tinggi yang memiliki citra yang positif dan kuat merupakan magnet yang memikat dan menimbulkan minat bagi siswa untuk melanjutkan studi mereka ke program studi tersebut. Semakin positif dan kuatnya citra suatu program studi maka akan semakin tinggi minat melanjutkan studi ke program studi tersebut. Biaya pendidikan juga berpengaruh terhadap minat seseorang dalam melanjutkan

studi ke perguruan tinggi sebab segala kebutuhan yang berkenaan dengan pendidikan tersebut akan menimbulkan biaya yang cukup tinggi. Besar kecilnya biaya yang harus dikeluarkan biasanya akan jadi pertimbangan yang disesuaikan dengan kondisi ekonomi calon mahasiswa. Apabila besarnya biaya pendidikan itu dibarengi dengan jaminan manfaat maka calon mahasiswa akan menaruh minat pada program studi tersebut, apalagi jika biayanya bisa terjangkau. Dengan demikian, Citra Merek (*Brand Image*) dan Biaya Pendidikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi atau program studi.

D. Paradigma Penelitian

Penelitian ini mengenai pengaruh Citra merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, memiliki dua variabel bebas (X) atau *independent variabel* dan satu variabel terikat (Y) atau *dependent variable*.

Paradigma penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Paradigma Penelitian

Keterangan:

————> : Pengaruh parsial *independent variable* terhadap *dependent variable*.

-----> : Pengaruh bersama *independent variable* terhadap *dependent variable*.

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, kerangka berpikir, dan penelitian yang relevan di atas, maka dapat dikemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan siswa kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016.
2. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan siswa kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan secara bersama-sama terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan siswa kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *Ex-Post Facto* yaitu penelitian yang dilakukan atas peristiwa yang telah terjadi, untuk mengungkapkan data yang ada atau menggambarkan variabel-variabel penelitian tanpa memberikan perlakuan atau manipulasi terhadap subyek yang diteliti (Suharsimi Arikunto, 2013: 17).

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif karena bermaksud mengungkap pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, artinya semua informasi atau data diwujudkan dalam angka dan analisisnya berdasarkan analisis statistik.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul yaitu sebanyak 11 SMA Negeri yang akan dilaksanakan pada bulan Januari 2016 sampai dengan Februari 2016.

Tabel 1. Daftar Sekolah Tempat Penelitian

No.	Nama Sekolah	Alamat
1.	SMA N 1 Wonosari	Jl. Brigjen Katamso No. 04, Wonosari
2.	SMA N 2 Wonosari	Jl. Ki Ageng Giring No. 03, Kepek, Wonosari
3.	SMA N 1 Panggang	Giriwungu, Panggang, Gunungkidul
4.	SMA N 1 Playen	Plembutan, Playen, Gunungkidul
5.	SMA N 2 Playen	Jl. Jogja-Wonosari, Km.04, Playen, Logandeng
6.	SMA N 1 Patuk	Bunder, Patuk, Gunungkidul
7.	SMA N 1 Karangmojo	Jl. Karangmojo-Semanu, Km.02, Karangmojo
8.	SMA N 1 Semin	Jl. Semin-Ngawen, Bulurejo, Semin Gunungkidul
9.	SMA N 1 Semanu	Dadapayu, Semanu, Gunungkidul,
10.	SMA N 1 Rongkop	Karangwetan, Semugih, Rongkop, Gunungkidul
11.	SMA N 1 Tanjungsari	Jl. Baron-Wonosari Km.29, Kemiri, Tanjungsari

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2013: 173), populasi merupakan keseluruhan dari subjek dalam penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2015.

Dasar pertimbangan dipilihnya kelas XII sebagai populasi dalam penelitian ini adalah (1) mereka akan segera lulus, (2) sudah dapat menentukan sikap, apakah akan langsung terjun ke dunia kerja atau tidak menutup kemungkinan untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi setelah lulus nanti.

Jumlah siswa kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah Populasi Penelitian

No.	Sekolah	Jumlah Siswa
1.	SMA N 1 Wonosari	64
2.	SMA N 2 Wonosari	93
3.	SMA N 1 Panggang	61
4.	SMA N 1 Playen	43
5.	SMA N 2 Playen	125
6.	SMA N 1 Patuk	82
7.	SMA N 1 Karangmojo	86
8.	SMA N 1 Semin	117
9.	SMA N 1 Semanu	59
10.	SMA N 1 Rongkop	40
11.	SMA N 1 Tanjungsari	68
Total		838

Sumber: Data Disdikpora SMA Negeri Kabupaten Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013: 118). Pengambilan sampel harus benar-benar mewakili populasi yang ada, karena syarat utama agar dapat ditarik suatu generalisasi adalah bahwa sampel yang diambil dalam penelitian harus menjadi cermin populasi. Itulah sebabnya dari populasi memerlukan teknik tersendiri sehingga sampel yang diambil dapat mewakili populasi. Jadi yang dimaksud dengan sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang diambil untuk dijadikan responden dalam penelitian.

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:12), jika populasi besar atau lebih dari 100 maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung setidak-tidaknya dari:

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu, tenaga, dan dana.
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti untuk penelitian yang resikonya besar, tentu saja sampelnya lebih besar akan lebih baik.
- d. Data yang akan diambil adalah homogen sehingga perlu diambil sampel.

Jumlah populasi siswa jurusan IPS/IIS pada SMA Negeri di Gunungkidul sebanyak 838 siswa. Bila peneliti mengambil sampel yang ada sebesar 25% dari jumlah populasi yang ada maka jumlah sampelnya sebanyak 209,5 dan dibulatkan menjadi 210 siswa. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Proposional Area Random Sampling*.

Jumlah populasi siswa kelas XII IPS/IIS SMA Negeri sebanyak 838 bila diambil pengambilan sampel sebesar 25% dari jumlah populasi yang ada maka jumlah sampelnya dapat dihitung sebagai berikut

Tabel 3. Pembagian Sampel Penelitian

No.	Sekolah	Perhitungan	Jumlah
1.	SMA N 1 Wonosari	$25\% \times 64 = 16$	16
2.	SMA N 2 Wonosari	$25\% \times 93 = 23,25 \approx 24$	24
3.	SMA N 1 Panggang	$25\% \times 61 = 15,25 \approx 16$	16
4.	SMA N 1 Playen	$25\% \times 43 = 10,75 \approx 11$	11
5.	SMA N 2 Playen	$25\% \times 125 = 31,25 \approx 32$	32
6.	SMA N 1 Patuk	$25\% \times 82 = 20,5 \approx 21$	21
7.	SMA N 1 Karangmojo	$25\% \times 86 = 21,5 \approx 22$	22
8.	SMA N 1 Semin	$25\% \times 117 = 29,25 \approx 30$	30
9.	SMA N 1 Semanu	$25\% \times 59 = 14,75 \approx 15$	15
10.	SMA N 1 Rongkop	$25\% \times 40 = 10$	10
11.	SMA N 1 Tanjungsari	$25\% \times 68 = 17$	17
Total			210

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

Minat merupakan kegairahan, keinginan atau kecenderungan hati terhadap sesuatu hal, hal dalam pengertian ini berarti kegairahan, keinginan dan kecenderungan hati untuk melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY. Satuan yang digunakan dalam meneliti minat melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY adalah skala *Likert*. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada variabel minat ini adalah:

- a. Minat dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku.
- b. Minat menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba.

- c. Minat menunjukkan seberapa upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan.

Sedangkan untuk mengukur minat melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY dengan menggunakan indikator:

- a. Adanya pengetahuan dan informasi mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.
- b. Adanya rasa senang dan ketertarikan pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.
- c. Adanya perhatian pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.
- d. Adanya kemauan dan hasrat untuk melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

2. Citra Merek (*Brand Image*)

Citra Merek (*Brand Image*) adalah persepsi mengenai sebuah merek yang direfleksikan sebagai asosiasi yang ada di dalam benak konsumen (Keller, 1993: 3). *Brand image* yang baik akan membuat konsumen dalam hal ini adalah calon mahasiswa tidak merasa ragu untuk menjatuhkan pilihan pada perguruan tinggi atau program studi tertentu. Dalam pengambilan pengambilan data mengenai minat melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, peneliti menggunakan angket tertutup dengan skala satuan yang digunakan adalah skala Likert.

Variabel citra merek (*brand image*) dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan indikator:

- a. Reputasi Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY ditingkat program studi

- b. Reputasi tingkat universitas
- c. Kinerja akademik Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

3. Persepsi Biaya Pendidikan

Persepsi biaya pendidikan merupakan sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka terhadap keseluruhan pengorbanan finansial yang dikeluarkan baik oleh orang tua mahasiswa atau mahasiswa itu sendiri untuk keperluan selama menempuh pendidikan dari awal sampai berakhirnya pendidikan.

Pada penelitian ini persepsi biaya pendidikan diukur dengan menggunakan pertanyaan yang terdapat pada penelitian Teguh Hadiprasetyo (2014) yang dimodifikasi. Adapun indikator-indikator Persepsi Biaya Pendidikan sebagai berikut:

- a. Biaya administrasi/registrasi/pendaftaran
- b. Biaya perkuliahan per semester
- c. Pengeluaran yang berkenaan pada saat menempuh perkuliahan

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data atau mencari informasi. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Angket atau Kuesioner

Angket adalah sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang dia ketahui (Suharsimi Arikunto,

2013:194). Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai Citra Merek (*Brand Image*), Persepsi Biaya Pendidikan dan Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY pada siswa kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016. Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, sehingga responden tinggal memberi tanda *checklist* (✓) pada alternatif jawaban yang sudah tersedia sesuai dengan keadaan subjek.

2. Dokumentasi

Menurut T. Widodo (2009:54), teknik dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data responden atau populasi penelitian dengan mengambil data tertulis (dokumen) yang telah disimpan secara baik. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti dapat menyelidiki buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data mengenai jumlah siswa, dan jumlah siswa yang melanjutkan studi ke perguruan tinggi.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan salah satu aspek yang berperan dalam kelancaran dan keberhasilan dalam suatu penelitian. Instrumen penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2013: 101), adalah sebuah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk membantu dalam kegiatannya atau dalam penelitiannya sehingga kegiatan atau penelitian tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Instrumen yang digunakan dalam memperoleh data

mengenai Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan dalam penelitian ini adalah lembar angket. Lembar angket yang digunakan adalah lembar angket tertutup, yaitu angket yang telah dilengkapi dengan alternatif jawaban dan responden tinggal memilih dengan memberikan tanda *checklist* (✓) pada alternatif jawaban yang sudah tersedia. Tahap-tahap pembuatan instrumen adalah:

1. Membuat indikator instrumen penelitian berdasarkan kajian teori
2. Menjabarkan indikator-indikator tersebut dalam bentuk butir-butir instrumen penelitian
3. Instrumen penelitian yang telah tersusun dikonsultasikan kepada ahli untuk diperbaiki dan disempurnakan.

Dalam penelitian ini, penskoran dibuat dengan menggunakan skala *Likert* atau skala bertingkat. Terdapat empat alternatif jawaban yang diberikan kepada responden yaitu Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Pernyataan yang disusun sebagai instrumen berupa pernyataan positif dan pernyataan negatif yang disusun secara acak dengan pedoman penskoran sebagai berikut:

Tabel 4. Pedoman Penskoran

Alternatif Jawaban	Skor untuk Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Angket disusun berdasarkan kisi-kisi instrumen dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Minat Melanjutkan Studi Pada

Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan.

Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah
Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	1. Adanya pengetahuan mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	1, 2, 3,4*	4
	2. Adanya rasa senang pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	5, 6, 7, 8	4
	3. Adanya perhatian pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	9*, 10, 11, 12	4
	4. Adanya ketertarikan untuk melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	13*, 14, 15, 16*,17*	5
	5. Adanya kemauan (keinginan) untuk melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	18, 19, 20, 21, 22, 23, 24*, 25	8
Jumlah			25

Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen Citra Merek (*Brand Image*)

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah
Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	1. Reputasi Prodi Pendidikan Akuntansi di tingkat program studi	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,10	10
	2. Reputasi Universitas Negeri Yogyakarta sebagai universitas.	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19	9
	3. Kinerja Akademik Prodi Pendidikan Akuntansi UNY	20, 21, 22, 23, 24, 25	6
Jumlah			25

Tabel 7. Kisi-kisi Instrumen Persepsi Biaya Pendidikan

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah
Persepsi Biaya Pendidikan	1. Biaya pendaftaran/ registrasi	1*, 4	2
	2. Biaya SPP setiap semester	2,5	2
	3. Pengeluaran yang berkenaan saat menempuh perkuliahan	3, 6*	2
Jumlah			6

G. Pengujian Instrumen Penelitian

Untuk menguji baik atau tidaknya instrumen tersebut, terlebih dahulu instrumen diuji cobakan. Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 235), "... untuk unit analisis siswa, subyek uji coba dapat diambil antara 25-40, suatu jumlah yang sudah memungkinkan pelaksanaan dan analisisnya". Pengujian ini dilakukan pada 30 siswa kelas XII IPS 2 SMA Negeri 2 Wonosari. Dalam pengujian instrumen akan dilakukan dengan dua pengujian validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang akan diukur. Menurut Suharsimi Arikunto (2013: 85), dalam penelitian agar dapat memperoleh data yang valid maka instrumen atau alat untuk mengevaluasi juga haruslah valid. Sedangkan Sugiyono (2013: 173) mengungkapkan bahwa instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Teknik korelasi *product moment* dari Karl Pearson digunakan untuk menguji validitas atau kesahihan butir. Rumus korelasi *Product Moment* ini adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$\sum X$	= jumlah skor butir
$\sum Y$	= jumlah skor total
$\sum XY$	= jumlah perkalian antara skor X dan skor Y
$\sum X^2$	= jumlah kuadrat dari skor butir
$\sum Y^2$	= jumlah kuadrat dari skor total
N	= jumlah responden

(Suharsimi Arikunto, 2013: 213)

Setelah r_{xy} ditemukan kemudian dikonsultasikan dengan r_{tabel} untuk mengetahui butir yang valid dan tidak valid. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% maka butir dari instrumen tersebut valid. Sebaliknya, apabila diketahui r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka butir dari instrumen tersebut tidak valid. Butir-butir yang digunakan dalam pengumpulan data adalah butir-butir yang valid.

Dari hasil uji coba yang telah dilaksanakan kepada 30 siswa kelas XII IPS 2 SMA Negeri 2 Wonosari, dengan bantuan komputer program SPSS 21 diperoleh hasil uji validitas dari 25 pernyataan instrumen variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY terdapat pernyataan yang tidak valid atau gugur sebanyak 5 butir, pada variabel Citra Merek (*Brand Image*) dari 25 pernyataan terdapat pernyataan yang tidak valid atau gugur sebanyak 6 butir, dan pada variabel Persepsi Biaya Pendidikan terdapat pernyataan yang tidak valid atau gugur dari 6 pernyataan sebanyak 1 butir, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 8. Butir Pernyataan Gugur Variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

Dimensi	Indikator	No Item	No. Butir Gugur
Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	1. Adanya pengetahuan mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	1, 2, 3,4*	4*
	2. Adanya rasa senang pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	5, 6, 7, 8	
	3. Adanya perhatian pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	9*, 10, 11, 12	9*, 12
	4. Adanya ketertarikan untuk melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	13*, 14, 15, 16,*17*	13*, 15
	5. Adanya kemauan (keinginan) untuk melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	18, 19, 20, 21, 22, 23, 24*, 25	
Jumlahh			5

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

Keterangan: *) Pernyataan Negatif

Tabel 9. Butir Pernyataan Gugur Variabel Citra Merek (*Brand Image*)

Dimensi	Indikator	No Item	No. Butir Gugur
Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	1. Reputasi Prodi Pendidikan Akuntansi di tingkat program studi	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,10	9
	2. Reputasi Universitas Negeri Yogyakarta sebagai universitas.	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19	11, 13, 15, 19
	3. Kinerja Akademik Prodi Pendidikan Akuntansi UNY	20, 21, 22, 23, 24, 25	22
Jumlah			6

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

Keterangan: *) Pernyataan Negatif

Tabel 10. Butir Pernyataan Gugur Variabel Persepsi Biaya Pendidikan

Dimensi	Indikator	No Item	No. Butir Gugur
Persepsi Biaya Pendidikan	1. Biaya pendaftaran/ registrasi	1*, 4	
	2. Biaya SPP setiap semester	2,5	5
	3. Pengeluaran yang berkenaan saat menempuh perkuliahan	3, 6*	
Jumlah			1

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

Keterangan: *) Pernyataan Negatif

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk mengetahui reliabilitas dalam pengumpulan data penelitian. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut ketika dipakai untuk mengukur suatu gejala yang sama dalam waktu yang berlainan akan menunjukkan hasil yang sama atau dengan kata lain instrumen tersebut menunjukkan hasil yang konsisten apabila digunakan sebagai alat ukur pada waktu yang berbeda.

Dalam menguji reliabilitas instrumen digunakan rumus *Alpha Cronbach*. Rumus ini digunakan karena angket yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat jawaban nol. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (2013: 180), bahwa apabila terdapat instrumen yang dapat diberikan skor dan skor tersebut bukan 1 dan 0, maka uji coba dapat dilakukan dengan menggunakan analisis rumus *Alpha.Cronbach* Uji Reliabilitas dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir
 σ_t^2 = varians total

(Suharsimi Arikunto, 2010: 239)

Selanjutnya hasil perhitungan r_{11} yang diperoleh diinterpretasikan dengan tingkat keterandalan koefisien korelasi yang menurut Sugiyono (2013: 257) adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Tabel Interpretasi Reliabilitas Instrumen Penelitian

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 - 1.000	Sangat Kuat

Dari kelima tingkat di atas, yang akan digunakan sebagai indikator instrumen dinyatakan reliabel adalah 0,600. Jadi instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien alpha lebih dari atau sama dengan 0.600. Sebaliknya jika reliabilitas kurang dari 0,600 maka instrumen tersebut tidak reliabel. Berdasarkan hasil analisis menggunakan bantuan program SPSS 21 diperoleh rangkuman hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Nama Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan Tingkat Reliabilitas
1.	Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY	0,952	Reliabilitasnya Sangat Kuat
2.	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	0,874	Reliabilitasnya Sangat Kuat
3.	Persepsi Biaya Pendidikan	0,768	Reliabilitasnya Kuat

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari responden melalui angket yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung yang kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi data dari masing-masing variabel (variabel bebas dan variabel terikat). Deskripsi data yang digunakan meliputi:

a. Mean, Median, dan Modus

Mean atau nilai rata-rata adalah jumlah total dibagi jumlah individu. Media adalah suatu nilai yang membatasi 50% dari frekuensi distribusi atas dan 50% dari distribusi frekuensi sebelah bawah. Sedangkan modus adalah nilai variabel yang mempunyai frekuensi terbanyak dalam distribusi. Penentuan mean, median, dan modus dilakukan dengan program SPSS.

b. Tabel Distribusi Frekuensi

1) Menentukan kelas interval

Untuk menentukan kelas interval digunakan rumus Sturges Rule sebagai berikut:

$$Kelas\ interval = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan:

k : jumlah kelas data
n : jumlah data observasi
log : logaritma

(Sugiyono, 2013: 35)

2) Menghitung rentang kelas

Untuk menentukan panjang kelas digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang kelas} = \text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}$$

3) Menentukan panjang kelas

Untuk menentukan panjang kelas digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Panjang kelas} = \frac{\text{Rentang kelas}}{\text{Jumlah kelas interval}}$$

4) Membuat histogram

c. Tabel Kecenderungan Variabel

Deskripsi berikutnya adalah dengan melakukan pengkategorian skor masing-masing variabel. Dari skor tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Pengkategorian ini dilakukan berdasarkan *mean ideal* (M_i) dan standar deviasi ideal (SD_i) adalah sebagai berikut:

$$M_i = \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$SD_i = \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

Menurut Saefuddin Azwar (2015: 149), untuk menentukan kategori skor komponen-komponen digunakan aturan sebagai berikut:

- 1) Kategori tinggi apabila semua responden mempunyai skor sebanyak rata-rata ideal plus 1 standar deviasi ideal ke atas atau $x \geq (M_i + 1,0 * SD_i)$.
- 2) Kategori sedang apabila semua responden yang mempunyai skor rata-rata ideal minus 1 standar deviasi ideal dan skor rata-rata plus 1 standar deviasi ideal atau $(M_i - 1,0 * SD_i) \leq x < (M_i + 1,0 * SD_i)$.

- 3) Kategori rendah apabila semua responden yang mempunyai skor lebih rendah dari skor rata-rata ideal minus 1 standar deviasi ideal atau $x < (Mi - 1,0 * SDi)$.

2. Uji Prasyarat Analisis

Setelah melakukan tahap-tahap di atas, data yang telah dikumpulkan harus diuji dahulu untuk dapat dianalisis. Pengujian prasyarat dilakukan sebelum pengujian hipotesis, antara lain:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas, terikat maupun keduanya berdistribusi normal, atau mendekati normal atau tidak (Umar, 2008: 181). Model regresi dikatakan baik yaitu ketika data variabel penelitian (data variabel bebas dan data variabel terikat) berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk uji normalitas menggunakan rumus *Chi Kuadrat* (X^2) dengan taraf signifikansi 5% dengan rumus sebagai berikut:

$$X^2 = \sum \frac{(fo - fh)^2}{fh}$$

Keterangan:

X^2 : Chi Kuadrat

fo : Frekuensi yang diobservasi

fh : Frekuensi yang diharapkan

(Sugiyono, 2010: 107)

Apabila harga *Chi Kuadrat* (X^2) yang diperoleh \leq harga *Chi Kuadrat* (X^2) tabel, maka didistribusi data dinyatakan normal. Sebaliknya, apabila harga *Chi Kuadrat* hitung \geq harga *Chi Kuadrat* tabel maka distribusi data dinyatakan tidak normal.

Pengolahan data penelitian ini menggunakan bantuan program komputer SPSS, sehingga untuk pengujian normalitas data penelitian menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov* terhadap model regresi. Pedoman penilaian untuk uji normalitas yaitu data dikatakan berdistribusi normal jika harga koefisien *Asymp. Sg* pada *output Kolmogorov-Smirnov* test lebih besar dari *alpha* yang sudah ditentukan, sebaliknya jika harga koefisien *Asymp. Sg* pada *output Kolmogorov-Smirnov* test lebih kecil dari *alpha* yang sudah ditentukan maka data tidak berdistribusi normal, dengan nilai *alpha* 5% (Sugiyono, 2010: 159).

b. Uji Linieritas

Uji linieritas ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) memiliki hubungan yang linier atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut, kedua variabel harus diuji F pada taraf signifikansi 5%. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan:

F : harga bilangan F untuk garis regresi

RK_{reg} : rerata kuadrat garis regresi

RK_{res} : rerata kuadrat residu

(Sutrisno Hadi, 2004: 13)

Harga F_{hitung} kemudian dikonsultasikan dengan harga F_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%. Apabila F_{hitung} lebih kecil atau sama dengan F_{tabel}, maka variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) adalah linier. Sebaliknya, apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel}, maka hubungan variabel bebas (X) dan variabel (Y) dikatakan tidak linier.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya terjadi korelasi diantara variabel independen (Husein Umar, 2004:82). Untuk uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*.

Nilai *Tolerance* itu sendiri merupakan besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik (α), sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat (Sunyoto, 2007:89). Ketentuan pedoman penilaian nilai VIF dan *Tolerance* yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan atau penyimpangan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas (Sunyoto, 2007: 93).

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*. Uji *glejser* menyatakan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap

variabel independen (Ghozali, 2006:143). Pedoman untuk mengetahui terjadinya heteroskedastisitas atau tidak yaitu jika signifikansi $< 5\%$ (0,05) maka terdapat heteroskedastisitas, sebaliknya jika signifikansi $> 5\%$ (0,05) maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan penelitian ini dapat dilanjutkan.

3. Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang digunakan dengan menggunakan rumus analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, analisis ganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

a. Analisis Regresi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (hipotesis 1), dan pengaruh Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (hipotesis 2). Adapun langkah-langkah sebagai berikut:

1) Membuat garis regresi linier sederhana

Rumus yang digunakan :

$$Y = aX + K$$

Keterangan:

Y : kriterium

X : prediktor

a : bilangan koefisien prediktor

K : bilangan konstan

(Sutrisno Hadi, 2004: 1)

- 2) Mencari koefisien korelasi sederhana antara X_1 dengan Y dan X_2 dengan Y.

Rumus yang digunakan:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{(\sum x^2)(\sum y^2)}$$

Keterangan:

- r_{xy} : koefisien korelasi antara variabel X dengan Y
 $\sum xy$: jumlah produk antara variabel X dan Y
 $\sum x^2$: jumlah kuadrat skor variabel X
 $\sum y^2$: jumlah kuadrat skor variabel Y

(Sutrisno Hadi, 2004: 4)

- 3) Mencari koefisien determinasi (r^2)

Rumus yang digunakan:

$$r^2(x_1y) = \frac{\alpha_1 \sum x_1 y}{\sum y^2}$$

$$r^2(x_2y) = \frac{\alpha_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}$$

Keterangan:

- $r^2(x_1y)$: Koefisien determinasi antara X_1 dengan Y
 $r^2(x_2y)$: Koefisien determinasi antara X_2 dengan Y
 α_1 : Koefisien prediktor X_1
 α_2 : Koefisien prediktor X_2
 $\sum X_1 Y$: Jumlah produk X_1 dengan Y
 $\sum X_2 Y$: Jumlah produk X_2 dengan Y

(Sutrisno Hadi, 2004: 22)

- 4) Menguji signifikansi dengan uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi konstanta dari setiap variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji t dihitung dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t : nilai t yang dihitung
r : koefisien korelasi
n : cacah kasus

r^2 : koefisien kuadrat

(Sugiyono, 2013: 230)

Kesimpulan dapat diambil dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 atau 5%. Apabila t_{hitung} sama dengan atau lebih besar dari t_{tabel} , maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat signifikan. Sebaliknya apabila t_{hitung} lebih kecil maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak signifikan.

b. Analisis Regresi Ganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya korelasi variabel bebas (pengaruh X_1 dan X_2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis ketiga yaitu pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY. Dengan analisis regresi ganda, maka diketahui indeks korelasi ganda dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat, koefisien determinan, serta sumbangan relatif dan efektif masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkah yang harus ditempuh dalam analisis regresi ganda adalah:

- 1) Membuat persamaan garis regresi dua prediktor

$$Y = a_1X_1 + a_2X_2 + k$$

Keterangan:

Y : Kriteria

k : Bilangan konstanta

X_1, X_2 : Prediktor 1, Prediktor 2

a_1, a_2 : Koefisien prediktor 1, Koefisien 2

(Sutrisno Hadi, 2004: 28)

- 2) Mencari koefisien (R^2) antara kriterium Y dengan prediktor X_1 , X_2 yaitu dengan rumus

$$R_{Y(1,2)}^2 = \frac{a_1 \sum x_1 y + a_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}$$

Keterangan:

- $R_{Y(1,2)}^2$: Koefisien determinasi antara Y dengan X_1 dan X_2
 α_1 : Koefisien prediktor X_1
 α_2 : Koefisien prediktor X_2
 $\sum x_1 y$: Jumlah produk antara X_1
 $\sum x_2 y$: Jumlah produk antara X_2
 $\sum y^2$: Jumlah kuadrat kriterium

(Sutrisno Hadi, 2004: 29)

- 3) Menguji keberartian regresi ganda dengan uji F, dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{R^2(N + m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

- F_{reg} : Harga F garis regresi
N : Cacah kasus
m : Cacah prediktor
R : Koefisien korelasi antara kriterium dengan prediktor-prediktor.

(Sutrisno Hadi, 2004: 23)

Uji f untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antar variabel. Apabila F_{reg} lebih besar atau sama dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dari pengaruh antar variabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya apabila F_{reg} lebih kecil dari F_{tabel} maka pengaruh antar variabel tidak signifikan.

4) Mencari sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)

a) Sumbangan Relatif (SR)

Sumbangan relatif adalah persentase perbandingan antara relativitas yang diberikan satu variabel bebas kepada variabel terikat dengan variabel-variabel bebas yang lain. Sumbangan relatif ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan masing-masing prediktor dalam perbandingan terhadap nilai kriterium untuk keperluan prediksi. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$SR\% = \frac{a\sum xy}{JK_{reg}} \times 100\%$$

$$SR\% X_1 = \frac{a_1\sum X_1y}{a_1\sum X_1y + a_2\sum X_2y} \times 100\%$$

$$SR\% X_2 = \frac{a_2\sum X_2y}{a_1\sum X_1y + a_2\sum X_2y} \times 100\%$$

Keterangan:

SR% : Sumbangan relatif dari suatu prediktor

a : Koefisien prediktor

α_1 : Koefisien prediktor X_1

α_2 : Koefisien prediktor X_2

$\sum xy$: Jumlah produk antara X dengan Y

JK_{reg} : Jumlah kuadrat regresi

$SR\% X_1$: Sumbangan relatif prediktor X_1

$SR\% X_2$: Sumbangan relatif prediktor X_2

$\sum X_1Y$: Jumlah produk antara X_1 dan variabel Y

$\sum X_2Y$: Jumlah produk antara X_2 dan variabel Y

(Sutrisno Hadi, 2004: 37)

b) Sumbangan Efektif (SE)

Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan secara efektif setiap prediktor terhadap kriterium dengan tetap memperhitungkan variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Rumus yang digunakan untuk menghitung besarnya sumbangan efektif adalah:

$$\begin{aligned}SE\% &= SR\% \times R^2 \\SE\%X_1 &= SR\% \times X_1 \times R^2 \\SE\%X_2 &= SR\% \times X_2 \times R^2\end{aligned}$$

Keterangan:

- SE% : Sumbangan efektif dari suatu prediktor
- SR% : Sumbangan relatif dari suatu prediktor
- R^2 : Koefisien determinasi
- SE% X_1 : Sumbangan efektif X_1
- SE% X_2 : Sumbangan efektif X_2

(Sutrisno Hadi, 2004 : 39)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Kabupaten Gunungkidul

a. Batas dan Luas Wilayah

Kabupaten Gunungkidul yang beribukota di Wonosari merupakan salah satu kabupaten dari empat kabuapten yang adai di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Luas wilayah Kabupaten Gunungkidul 1.485,36 km² atau sekitar 46,63% dari luas wilayah Provinsi DIY. Kota Wonosari terletak di sebelah tenggara Kota Yogyakarta (Ibukota Provinsi DIY), dengan jarak ± 40 km. Wilayah Kabupaten Gunungkidul dibagi menjadi 18 Kecamatan yang meliputi 144 Desa dan 1.431 padukuhan.

Batas wilayah Kabupaten Gunungkidul adalah sebagai berikut: sebelah barat berbatasab dengan Kabupaten Gunungkidul dan Sleman (Provinsi DIY), sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Klaten dan Sukoharjo (Provinsi Jawa Tengah), sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Wonogiri (Provinsi Jawa Timur) dan sebelah selatan berbatasa dengan Samudera Hindia.

b. Kondisi Geografis

Secara geografis Kabupaten Gunungkidul merupakan dataran tinggi yang letak geografisnya adalah 100⁰2' BT sampai 110⁰50' BT dan 7⁰46' LS sampai 8⁰09' LS.

c. Visi dan Misi

1) Visi

**“Gunungkidul Yang Berdaya Saing, Maju, Mandiri, dan
Sejahtera Tahun 2025”**

2) Misi

Dalam mewujudkan visi pembangunan daerah tersebut ditempuh melalui 6 (enam) misi pembangunan daerah sebagai berikut:

1. Mewujudkan pemerintahan daerah yang baik dan bersih;
2. Mewujudkan pemantapan sistem dan kelembagaan serta peningkatan kualitas sumber daya manusia;
3. Mewujudkan pemantapan sistem dan kelembagaan perekonomian;
4. Mewujudkan peningkatan kemampuan keuangan daerah;
5. Mewujudkan penyediaan parasarana sarana dasar yang memadai;
dan
6. Mewujudkan pendayagunaan sumberdaya alam dan lingkungan hidup.

d. Kondisi Penduduk

1) Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk di Kabupaten Gunungkidul berdasarkan hasil estimasi Sensus Penduduk 2010, jumlah penduduk Kabupaten

Gunungkidul tahun 2013 berjumlah 683,735 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak 330.461 jiwa dan perempuan sebanyak 353.274 jiwa, dimana sebanyak 11,66% atau 79.730 jiwa penduduk Gunungkidul berada di Wonosari. Secara keseluruhan jumlah penduduk laki-laki lebih sedikit daripada penduduk perempuan yang tercermin dari angka rasio jenis kelamin 93,54 yang dapat diartikan bahwa jumlah penduduk laki-laki 6,46% lebih sedikit dari jumlah penduduk perempuan.

Untuk mengetahui gambaran kepadatan penduduk per kecamatan di Kabupaten Gunungkidul dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 13. Kepadatan Penduduk per Kecamatan di Kabupaten Gunungkidul Tahun 2013

No.	Kecamatan	Luas Areal (Km ²)	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/Km ²)
1.	Panggung	99,8	26.839	269
2.	Purwosari	71,76	19.601	273
3.	Paliyan	58,07	29.442	507
4.	Saptosari	87,83	34.693	395
5.	Tepus	104,91	32.282	308
7.	Rongkop	71,63	26.014	363
8.	Girisubo	94,57	22.461	238
9.	Semanu	108,39	52.375	483
10.	Ponjong	104,49	50.417	483
11.	Karangmojo	80,12	49.368	616
12.	Wonosari	75,58	79.730	1.056
13.	Playen	105,26	55.169	524
14.	Patuk	72,04	30.716	426
15.	Gedangsari	68,14	35.699	524
16.	Nglipar	73,87	30.054	407
17.	Ngawen	46,59	32.013	687
18.	Semin	78,92	49.630	629
Kabupaten Gunungkidul		1.485,36	683.735	460

Sumber: BPS Kabupaten Gunungkidul 2014 (dalam RKPD Kabupaten Gunungkidul Tahun 2016)

2) Kondisi Sosial Ekonomi

Berdasarkan kuota gakin untuk Kabupaten Gunungkidul menyebutkan bahwa jumlah penduduk miskin di Kabupaten Gunungkidul pada tahun 2013 mencapai 152.400 orang. Jika dibandingkan dengan 2012, jumlah penduduk turun dari 22,71 persen menjadi 21,70 persen. Garis kemiskinan di Kabupaten Gunungkidul merupakan yang terendah dibandingkan kabupaten/kota lain di Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu pada 2013 hanya sebesar Rp 238.056,00 per kapita per bulan, naik Rp9.311,00 jika dibandingkan pada tahun 2012 yang mencapai Rp228.745,00 per kapita per bulan.

Selain itu, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan salah satu pencerminan kemajuan perekonomian suatu daerah yang didefinisikan sebagai keseluruhan nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dalam waktu satu tahun. PDRB Kabupaten Gunungkidul atas dasar harga yang berlaku mencapai 8.902,45 milyar rupiah pada tahun 2013 yang meningkat dari 5.987,78 milyar rupiah pada tahun 2009 dengan kontribusi terbesar disumbang oleh sektor pertanian, kemudian disusul sektor perdagangan, hotel dan restoran.

Agama yang dianut oleh penduduk di Kabupaten Gunungkidul terdiri dari Islam, Kristen, Katolik, Hindhu, Budha, dan kepercayaan

lain. Agama yang dianut sebagian besar penduduk adalah agama Islam.

3) Kondisi Pendidikan

Analisis terhadap kualitas dilakukan terhadap beberapa indikator seperti: angka melek huruf, angka rata-rata lama sekolah, angka pendidikan yang ditamatkan, angka partisipasi murni. Angka melek huruf penduduk Kabupaten Gunungkidul pada tahun 2013 sebesar 85,22 persen. Kondisi ini relatif mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya walau hanya sebesar 0,25 persen dari tahun sebelumnya. Sebagian besar penduduk yang buta huruf merupakan penduduk yang termasuk dalam kelompok penduduk usia tua (55 tahun ke atas) yang memang belum pernah mengenyam pendidikan sama sekali.

Dari segi angka rata-rata lama sekolah, pada tahun 2013 mencapai nilai 7,79 tahun yang berarti lamanya penduduk berusia 15 tahun ke atas ini setara dengan kelas delapan SLTP. Jika kita kaitkan dengan angka partisipasi murni yang menunjukkan bahwa pada tahun 2014 dimana APM untuk tingkat pendidikan SD yaitu 90,35% yang ada sekitar 90,35% anak yang bersekolah di SD tepat waktu, sementara 9,65% lagi mungkin sudah bersekolah di tingkat yang lebih tinggi atau mungkin belum bersekolah. Untuk jenjang SLTP dan SLTA angka cenderung lebih rendah yaitu hanya mencapai 79,92% dan 60,56%, hal tersebut bisa disebabkan oleh beberapa hal

seperti putus sekolah atau setelah lulus SD atau SLTP langsung kerja.

Berdasarkan Sensus Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2013, jenjang pendidikan tertinggi yang ditamatkan penduduk usia 10 tahun ke atas di Kabupaten Gunungkidul terbesar adalah tamatan SD sederajat, yaitu sebesar 33,08% dan paling sedikit adalah tamatan perguruan tinggi yang baru mencapai 3,65%, hal ini dirasa sesuai mengingat APM untuk jenjang SLTA pun juga cenderung turun termasuk nilai angka jenjang pendidikan yang ditamatkan yang baru mencapai 16,21% pada jenjang SLTA sederajat. Secara umum dari segi kualitas pendidikan di Kabupaten Gunungkidul mengalami kenaikan jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

2. Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri di Kabupaten Gunungkidul

a. SMA Negeri 1 Wonosari

1) Sejarah Singkat

Pada awalnya, SMA N 1 Wonosari bernama SMA Persiapan Wonosari. Didirikan pada tahun 1962 oleh tokoh-tokoh pecinta pendidikan, yang disponsori oleh guru-guru SPG Negeri Wonosari dan guru-guru SMP Wonosari. SPS Wonosari sudah tidak ada, sekarang digunakan untuk Kantor BAPPEDA Gunungkidul. Sedangkan SMP Wonosari namanya kemudian berubah menjadi SLTP Negeri 1 Wonosari.

Mayor Sumidja, Komandan Kodim 0730 Gunungkidul memberikan pinjaman barak, yakni bangunan semi permanen untuk kegiatan belajar-mengajar, yang bertempat di Jalan Kenanga, Purbosari, Wonosari. Terdiri atas tiga ruang dua ruang untuk kelas I-A dan kelas 1-B, ruang sisanya untuk. Barak tersebut, sekarang sudah dibongkar dan didirikan KUD Bhumikarta. Untuk sementara waktu, tenaga tata usaha dicukupi oleh tata usaha SPG Negeri Wonosari, dibantu oleh tenaga tata usaha tidak tetap, yang juga tidak dibayar. Tata usaha tidak tetap ini hanya berharap agar kelak dapat diangkat menjadi pegawai negeri. Bertindak sebagai kepala sekolah, Bapak Raden Hadisoedarsono, Kepala SPG Negeri Wonosari dan wakil kepala sekolah, Bapak Moch. Sholeh, Guru SPG Negeri Wonosari. Keduanya telah meninggal.

Pada tahun 1964, pemerintah merubah status SMA Persiapan Wonosari menjadi SMA Filial Teladan Yogyakarta dengan kelas jauh di Wonosari. Karena sudah menjadi sekolah negeri, maka pemerintah mulai mengangkat guru-guru negeri di SMA ini. Pada tanggal 1 Maret 1964, diangkatlah guru dan tata usaha terpenuhi. Guru yang diangkat kemudian antara lain adalah Bapak Drs. A. Soelistia dan Bapak Soekardijono, sedangkan tata usaha diangkat tenaga usaha pejuang menjadi pegawai negeri. Pada tahun 1964, Barak milik Kodim 0730 diminta kembali, mau tidak mau sekolah harus pindah. Pemerintah Kabupaten Gunungkidul ikut mencarikan

tempat baru. Bupati Gunungkidul, Bapak KRT. Djodjodiningrat, BA menugaskan kepada Bapak KRT. Wirjodiningrat yang saat itu menjadi Bupati Anom, untuk mencari tempat baru agar proses belajar-mengajar SMA Negeri tidak terhambat. Akhirnya tiga rumah penduduk Purbosari, Wonosari disewa. Rumah tersebut sudah tidak ada lagi, dan dibangun Studio Foto Eka dan rumah-rumah penduduk di sekitarnya.

Hanya beberapa bulan saja rumah penduduk tersebut digunakan untuk sekolah, karena Pemerintah Daerah Gunungkidul memberikan tanah dan di atas tanah itu kemudian didirikan bangunan sementara (gedhek) untuk sekolah. Jasa KRT. Wirjodiningrat yang diangkat menjadi ketua Persatuan Orang Tua Murid dan Guru (POMG) tidak kecil dalam upaya pengumpulan material itu.

Dengan penegerian dan sudah menempati lokasi sendiri, maka diangkatlah kepala sekolah secara definitif, yakni Bapak FX. Doeliman, seorang Guru Geografi SMA Teladan Yogyakarta. Tahun 1967, Bapak FX. Doeliman meninggal dunia, kekosongan jabatan diisi oleh Bapak Drs. A. Soelistia.

Nama SMA Filial Teladan Yogyakarta dengan kelas jauh di Wonosari, oleh pemerintah diubah menjadi SMA Negeri 270 Wonosari. Beberapa tahun kemudian nama SMA 270 Wonosari diubah lagi menjadi SMA Negeri Wonosari, dan berdasarkan

Keputusan Mendikbud RI Nomor 79/SK/B.III tanggal 30 Juli 1964 nama SMA Negeri Wonosari diubah menjadi SMA 1 Wonosari. Berikut adalah kepala sekolah SMA 1 Wonosari, dari yang pertama:

Tabel 14. Kepala Sekolah SMA N 1 Wonosari

No.	Nama	No.	Nama
1.	Raden Hadisoedarsono	8.	Yudi Sutrisno
2.	FX. Doeliman	9.	Suparno
3.	Drs. Soelistia	10.	Sumaryadi
4.	Kastomo	11.	Djoko Sardjono, BA
5.	Mulyono	12.	Drs. H. Mulyoto
6.	Drs.Kusnun	13.	Drs. Pardjono
7.	Arinto Sukoco	14.	Drs. Tamsir, M.Pd

2) Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Visi

Sekolah 3 terbaik DIY pada tahun 2015 dengan lulusan yang beriman dan bertakwa, berkarakter mulia, cerdas, cakap, dan mandiri.

Misi

1. Mewujudkan layanan pendidikan dan pembelajaran yang efisien, efektif, dan bermutu bagi semua siswa.
2. Mewujudkan layanan bimbingan dan pelatihan yang efektif dan berkualitas.
3. Mewujudkan suasana sekolah yang kondusif, aman, nyaman, indah, dan bersih.
4. Mewujudkan suasana sekolah yang tertib, warga sekolah yang disiplin, dan taat asas.
5. Mewujudkan suasana sekolah yang religius

6. Mewujudkan sikap dan perilaku warga sekolah yang peduli terhadap keragaman dan toleran terhadap penderitaan serta hak-hak orang lain.
7. Mewujudkan budaya warga sekolah yang jujur, ramah, santun, dan berbudi pekerti luhur.
8. Mewujudkan budaya warga sekolah yang cepat tanggap terhadap perkembangan masyarakat dan tuntutan perubahan.
9. Menumbuhkan budaya kerja keras, kerja tuntas, dan kerja ikhlas.
10. Menumbuhkan budaya kerja aktif, kreatif dan inovatif.
11. Menumbuhkan budaya baca, budaya belajar, dan budaya ilmiah.
12. Menumbuhkan budaya peduli dan ramah lingkungan.
13. Menumbuhkan rasa tanggungjawab dan sikap kemandirian.
14. Menumbuhkan jiwa dan semangat kerjasama serta nasionalisme
15. Mewujudkan sumberdaya pendidik dan tenaga kependidikan yang cakap dan berkualitas.
16. Mewujudkan ketersediaan sumberdaya fasilitas yang lengkap, tepat guna, dan berkualitas.
17. Mengoptimalkan pemanfaatan sumberdaya sekolah.

Tujuan Sekolah

1. Melahirkan lulusan yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa
2. Melahirkan lulusan yang memiliki jiwa nasionalisme yang tinggi, ramah, santun, dan berbudi pekerti luhur.

3. Melahirkan lulusan yang memiliki ilmu dasar yang kuat dan siap memasuki serta mengikuti pendidikan tinggi.
4. Melahirkan lulusan yang cakap dan memiliki daya saing yang tinggi untuk memasuki dunia kerja.
5. Melahirkan lulusan yang bertanggung jawab, mandiri dan berhasil melaksanakan perannya di masa depan

b. SMA Negeri 2 Wonosari

1) Sejarah Singkat

SMA Negeri 2 Wonosari, dibuka dengan resmi berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 1 April 1978 No. 0292/C/O/1978 dengan nama SMA 2 Negeri Wonosari, berkedudukan di Wonosari, Gunungkidul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Meskipun secara resmi sudah ada surat keputusan sebagaimana tersebut di atas tetapi sarana dan prasarana pendidikan untuk SMA Negeri 2 Wonosari dapat dikatakan belum memadai, baik yang berwujud bangunan gedung, mebel, buku pustaka, tenaga edukatif maupun tenaga administratif. Sehingga untuk sementara proses belajar mengajar dilaksanakan di SMA Negeri 1 Wonosari.

Jumlah siswa yang diterima pada tahun pelajaran pertama, yaitu tahun pelajaran 1978-1979 sebanyak 2 (dua) kelas yaitu terdiri dari kelas IA dan IB. Ditunjuk sebagai Kepala Sekolah yaitu Drs. Mulyono, yang jabatan sehari-harinya selaku Kepala Sekolah di

SMA Negeri 1 Wonosari. Tenaga guru dan karyawan tatausaha masih jadi satu dengan SMA Negeri 1 Wonosari.

Pada waktu itu kegiatan pembelajaran dimulai pada bulan Januari dan baru pada tahun pelajaran 1979-1980 dimulai pada bulan Juli. Oleh sebab itu siswa angkatan pertama SMA Negeri 2 Wonosari melaksanakan pembelajaran pada tahun itu selama 18 bulan karena kenaikan kelas dilaksanakan pada bulan Juli 1979. Pada awal tahun berdirinya SMA Negeri 2 Wonosari siswa berjumlah naik 39 kelas kekelas II semua. Pada tahun pelajaran 1979-1980 SMA Negeri 2 Wonosari dalam pembelajaran telah menempati gedung sendiri, yang berlokasi di Trimulyo II, Kepek, Wonosari. Gedung ini diresmikan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Dr, Daud Yusuf. Dalam peresmian gedung pada tanggal 16 Oktober 1978 selain dihadiri oleh bapak Menteri juga disaksikan oleh Kepala Kantor Wilayah Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Bapak GBPH Poeger, Bapak Bupati Kepala Daerah Tingkat II kabupaten Gunungkidul Ir. Darmakum Darmokusumo dan tamu undangan yang lain.

Bersamaan dengan pindahnya SMA Negeri 2 Wonosari dari SMA Negeri 1 Wonosari, ikut juga guru-guru dan tata usaha yang semula berstatus sebagai guru dan karyawan SMA Negeri 1

Wonosari sehingga mereka beralih status menjadi guru dan karyawan di SMA Negeri 2 Wonosari.

2) Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Visi

“Terwujudnya SMA Negeri 2 Wonosari, yang prima dalam pelayanan, prestasi, dan penampilan menuju Sekolah yang berkarakter, berkualitas dan berdaya saing”.

Misi

Untuk mewujudkan visi sebagaimana tersebut di atas, sekolah menetapkan misi sebagai berikut:

1. Menyiapkan sumber daya sekolah yang memadai dan bermutu untuk mendukung terselenggaranya pendidikan, pelatihan, dan pembelajaran yang efektif dan bermutu.
2. Memanfaatkan secara optimal sumber daya sekolah untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas kinerja sekolah.
3. Menciptakan iklim dan kultur sekolah yang kondusif bagi tumbuhnya budaya kerja keras, disiplin, tertib, teratur, bersih, sehat, santun, dan ramah lingkungan sehingga terselenggaranya pendidikan, pelatihan, dan pembelajaran yang efektif.
4. Menyelenggarakan pendidikan, pelatihan dan pembelajaran yang efektif dan bermutu untuk menyiapkan anak didik yang memiliki:
 - a. Keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa.

- b. Dasar-dasar keilmuan yang kuat sehingga memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap tuntutan pendidikan tinggi.
- c. Keterampilan dan kecakapan yang unggul sehingga memiliki daya saing yang tinggi di dunia kerja.
- d. Tatakrama dan budi pekerti yang luhur dalam budaya khas Yogyakarta.
- e. Kepedulian terhadap upaya pelestarian lingkungan
- f. Komunikasi dan kerjasama dengan orang lain.
- g. Jiwa dan semangat kebangsaan
- h. Rasa tanggung jawab terhadap diri sendiri dan masyarakat

Tujuan Pendidikan

1. Menyiapkan lulusan menjadi warga negara yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta berbudi pekerti luhur.
2. Menyiapkan lulusan yang memiliki kemampuan untuk memasuki jenjang pendidikan tinggi.
3. Menyiapkan lulusan yang memiliki rasa tanggung jawab terhadap diri sendiri, keluarga, masyarakat, bangsa dan negara.
4. Menyiapkan lulusan yang memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dan memasuki dunia kerja.
5. Menyiapkan lulusan yang memiliki kepedulian terhadap pelestarian budaya khas Yogyakarta.

c. SMA Negeri 1 Patuk

1) Sejarah Singkat

SMA Negeri 1 Patuk adalah merupakan pemekaran dari SMA Negeri 1 Playen dalam rangka pemerataan pendidikan di setiap kecamatan Gunungkidul. Sesuai SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 0216/O/1992 pada tanggal 1 April 1992 SMA N 1 Patuk berdiri, beralamatkan di Desa Bunder, Kecamatan Patuk Kabupaten Gunungkidul di atas areal tanah milik Negara seluas 10.560 meter persegi. Karena SMA Negeri 1 Patuk sudah melaksanakan kegiatan belajar mengajar sebelum Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tersebut di atas turun. SMA Negeri 1 Patuk mulai melaksanakan kegiatan belajar mengajar mulai bulan Juli 1991.

Pada awal berdirinya SMA Negeri 1 Patuk dipimpin oleh Bapak Drs. P. Sunarto (Kepala SMA Negeri 1 Playen) dari 1991 s.d 1992. Pada masa itu SMA Negeri 1 Patuk memiliki 3 kelas dengan siswa perkelasnya 30 orang. Jumlah seluruh siswa 80 siswa, sedangkan guru dan karyawan sebagian besar diampu oleh guru dan karyawan SMA Negeri 1 Playen. Masa kepemimpinan Bapak Drs. Sunarto merupakan fase cukup sulit karena mengemban misi untuk menciptakan lingkungan yang kondusif untuk kegiatan belajar-mengajar di lingkungan yang baru, yang guru dan karyawannya yang tetap masih sangat sedikit. Namun, demikian akhirnya tercipta

lingkungan yang kondusif berkat hasil kerjasama antara kepala sekolah, guru, karyawan dan masyarakat sekitar lingkungan sekolah, juga berkat perekrutan karyawan honorer dari masyarakat sekitar.

Dalam perkembangan selanjutnya SMA Negeri 1 Patuk Gunungkidul setelah dipimpin oleh Drs. P. Sunarto dari tahun 1991 s.d 1992, diampu oleh Bapak Drs. Suroto (Kepala SMA Negeri 1 Playen dari tahun 1992 s.d 1993), dan selanjutnya dipimpin oleh Kepala Sekolah secara berturut-turut sampai sekarang sebagai berikut:

Tabel 15. Daftar Nama Kepala Sekolah SMA N 1 Patuk

No.	Nama	Periode Tugas
1.	Drs. Antun Saidjo	1993-1997
2.	Drs. Suradi	1997-1999
3.	Drs. Purwanto	1999-2004
4.	Drs. Widarno	2004-2007
5.	Drs. Bambang Purwadi	2007-2009
6.	Drs. Hananto	2009-sekarang

2) Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Visi

Unggul dalam IMTAQ dan IPTEK, Terampil, Mandiri, dan Bertanggungjawab”

Misi

1. Membiasakan pelaksanaan pengamalan ajaran agama,
2. Membiasakan pelaksanaan pengamalan perilaku jujur, disiplin, peduli, santun, responsif dan proaktif, mandiri, dan bertanggungjawab,

3. Memberdayakan seluruh komponen dan sumberdaya sekolah dalam mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan minat peserta didik secara optimal,
4. Mengembangkan layanan bimbingan konseling dan model pembelajaran yang efektif dan efisien, berdasarkan semangat keunggulan lokal dan global,
5. Menciptakan lingkungan pembelajaran yang kondusif, aman, tertib, indah, sejuk, dan bersahabat,
6. Menciptakan hubungan yang harmonis dengan lembaga lain dan masyarakat, yang didasari dengan rasa saling percaya dan mendukung.
7. Membentuk peserta didik berkarakter dengan mengembangkan kemampuan peserta didik untuk mewujudkan kebaikan dalam kehidupan sehari-hari dengan sepenuh hati,
8. Menumbuh kembangkan kepribadian peserta didik agar berjiwa kewirausahaan dan mempunyai kecakapan hidup serta siap melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

Tujuan Sekolah

1. Mempersiapkan peserta didik agar bertaqwa kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa dan berakhlak mulia,
2. Membentuk peserta didik agar memiliki perilaku jujur, disiplin, peduli, santun, responsif, proaktif, mandiri, dan bertanggungjawab,

3. Mempersiapkan peserta didik agar menjadi manusia yang berkepribadian, , terampil, berkualitas dan berprestasi,
4. Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan dan teknologi agar mampu mandiri dan bersaing dalam era global,
5. Mempersiapkan peserta didik agar memiliki sikap ulet, gigih dan sportif dalam berkompetisi, beradaptasi dengan lingkungan,
6. Menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat, saling percaya dan saling mendukung,
7. Membekali peserta didik agar memiliki karakter,
8. Mempersiapkan peserta didik agar memiliki kecakapan hidup dan siap melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

d. SMA Negeri 1 Playen

1) Sejarah Singkat

SMA Negeri 1 Playen didirikan tanggal 2 Oktober 1987, dan secara resmi diberlakukan oleh Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Beberapa gedung mengalami rehap dan perbaikan akibat terkena gempa bumi sejak tanggal 26 Mei 2006, diantaranya gedung ruang kelas , gedung, BP, gedung ketrampilan, perpustakaan serta masjid. Perbaikan didanai oleh pemerintah dan swadaya masyarakat melalui komite sekolah, sehingga sampai tahun 2007 mulai keramiktisasi semua ruang dan teras gedung, serta pembuatan Hall gedung pintu masuk, walaupun hingga kini kondisi teras dan sebagian ruang sudah banyak yang rusak dan perlu ada dana lain untuk perbaikan lantai

dan masih banyak lagi yang belum dibangun untuk kepentingan belajar misal : gedung laboratorium Fisika dan Biologi serta gedung lab bahasa serta gedung olah raga yang selama ini di usulkan oleh warga masyarakat sekitar dan orangtua siswa. Terwujudnya manusia yang beriman, bertaqwa, trampil bidang teknologi, olahraga, pengembangan

2) Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Visi

“Terwujudnya manusia yang beriman, bertaqwa, terampil dalam bidang teknologi, olahraga dan pengembangan pengetahuan”.

Misi

1. Memberikan layanan dan bimbingan ketrampilan untuk mempersiapkan anak didik yang berkeinginan bekerja setelah lulus.
2. Menyelenggarakan dan melatih serta memperkenalkan siswa dalam mengoperasikan teknologi informasi dan komunikasi.
3. Menyediakan sarana penunjang berupa buku/literatur yang beragam untuk memperdalam dan mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan.
4. Mengembangkan bakat, minat dan potensi yang dimiliki siswa.
5. Memberikan berbagai macam ketrampilan untuk bekal berwirausaha.

6. Menumbuhkan penghayatan terhadap ajaran agama sehingga terbentuk manusia yang iman dan taqwa.
7. Menumbuhkan motivasi berprestasi siswa untuk dapat bersaing dalam taraf regional, nasional maupun internasional.

Tujuan Pendidikan

1. Memberikan bekal ketrampilan kepada siswa yang tidak memiliki kemampuan secara ekonomi guna melanjutkan ke pendidikan yang lebih tinggi, sehingga mereka siap untuk bekerja atau menciptakan lapangan kerja sendiri.
2. Mengoptimalkan proses pembelajaran dengan berbagai pendekatan, diantaranya Contextual Learning (CTL), Quantum Learning, Ketrampilan Proses, serta layanan bimbingan dan konseling.
3. Meningkatkan jumlah siswa yang diterima di perguruan tinggi dari 25 % menjadi 50% dari yang mendaftar.
4. Meningkatkan aktivitas dan kreativitas siswa melalui pelaksanaan kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler/Pengembangan potensi.
5. Melestarikan budaya daerah melalui MULOK bahasa daerah dengan indikator 65% siswa mampu berbahasa Jawa sesuai dengan konteksnya.
6. Membekali 65% siswa mampu mengakses berbagai informasi yang positif melalui media massa termasuk melalui internet.

7. Meningkatkan kemampuan siswa sebagai anggota masyarakat dalam hubungan timbal balik dengan lingkungan sosial ,budaya dan alam sekitarnya.
8. Meningkatkan prestasi siswa yang dapat bersaing di tingkat regional, nasional dan internasional.

e. SMA Negeri 2 Playen

1) Sejarah Singkat

SMA 2 Playen merupakan sekolah alih fungsi dari SPG 1 Wonosari yang batal dialih fungsikan menjadi PGSD. Mulai tahun 1991/1992 menerima siswa baru tgl. 17 Juni 1992 sebanyak 2 kelas. Kepala sekolah dijabat oleh Bp. Sumaryadi (Kepala SMA 1 Wonosari) dengan jumlah guru tetap 8 orang dan tata usaha 12 orang.

Pada Tanggal 1 Januari 1991 ada 5 guru beralih fungsi sebagai dosen UT, pada 1 april tambah 1 TU. Pada Tanggal 13 April 1992 ada tambahan guru masuk 4 guru, tanggal 27 Juli 1992 ada tambahan guru dan TU sebanyak 2 dan jumlah kelas 4, kelas I = 2 kelas, kelas II= 2. Pada Tanggal 16 April 1992 memperoleh SK Pendirian sekolah dari Menteri dengan Nomor : 0519 /O/1991 tanggal 5 september 1991 tentang alih fungsi dari PGSD menjadi SMA yang kemudian dijadikan tanggal berdirinya sekolah ini. Tanggal 6 Oktober 1993 Bapak Drs. Suroto dari SMA 1 Playen menggantikan

Bp. Drs. Sumarydi . Jumlah kelas I=3 kelas dan Jumlah Siswa = 275 siswa.

Pada Tanggal 30 Desember 1993 masuk KTU dari SMA2 Wonosari dan kepala sekolah definitive Drs. Surachmad dari Kepala SMA Pembangunan IV Playen. Tanggal 2 Juli 1994 masuk beberapa Guru sebanyak 6 guru tetap dan tidak tetap. Pada tahun 1994/1995 jumlah siswa = 308 siswa ada tambahan 1 guru. Pada Desember 1994 Drs. Surachmad digantikan Drs. Suroto Sebagai YMT. Pada Tanggal 13 September 1995 Drs. Suroto digantikan oleh Djoko Sardjono, B.A (KS SMA 1 Wonosari) sebagai YMT. Pada tanggal 9 November 1995 Kepala Devinitif dijabat oleh Drs. Tukiran. Pada Tahun Pelajarana 1997/1998 YMT Drs. Moch. Bachrum, M.M (KS SMA 2 Wonosari) menggantikan Drs. Tukiran dan mendapat tambahan guru baru sebanyak 4 dengan jumlah siswa 348 siswa, 9 kelas. Pada tanggal 20 Oktober 1998 Bapak Drs. Moch Bachrum digantikan oleh Bapak Tukiyar, S.Pd dan jumlah guru 18 guru, Tata Usaha 10 orang.

Pada tahun 1999 / 2000 masuk 2 guru dan tahun 2000/2001 masuk 2 guru jadi jumlah guru 22 orang, Tata Usaha 10 orang. Pada masa kepemimpinan ini dibangun gedung komputer, kantin dan kamar mandi/ WC. Jumlah kelas 12 kelas dengan jumlah siswa 474 siswa. Pada hari Sabtu 14 Juni 2003 Kepala Sekolah Drs. Pardjono menggantikan Bapak Tukiyar, S.Pd

2) Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Visi

“Prestasi tinggi di bidang akademik, senim dan olahraga dilandai iman dan taqwa”.

Misi

1. Mengoptimalkan proses pembelajaran dan layanan bimbingan konseling dengan metode, model dan langkah-langkah yang tepat.
2. Mengembangkan potensi peserta didik dalam mengembangkan diri dan program keunggulan sekolah sehari-hari.
3. Menumbuhkan pencitraan dan kultur sekolah yang berkarakter Indonesia dan berwawasan lingkungan, berbudaya dan anti narkoba.
4. Mengoptimalkan kemampuan warga sekolah dalam sikap dan perilaku warga sekolah yang anti korupsi.

Tujuan Sekolah

1. Meningkatkan kemampuan akademik peserta didik sehingga dapat menyelesaikan semua kompetisi dasar yang ditentukan.
2. Mengembangkan peserta didik sehingga mempunyai kecerdasan, sikap, dan mental yang lebih dewasa dan mandiri.
3. Menyiapkan peserta didik untuk melanjutkan ke pendidikan yang lebih tinggi.
4. Mewujudkan sarana penunjang proses pembelajaran sesuai standar sarana.

5. Mengembangkan bakat dan potensi peserta didik melalui program pengembangan diri dan program keunggulan.
6. Menyiapkan peserta didik untuk mengikuti kompetisi pada setiap lomba di tingkat daerah, akurat, akuntabel dan berkarakter Indonesia
7. Meningkatkan kemampuan pendidik dan tenaga pendidikan sehingga dapat mengikuti perkembangan IT yang berwawasan lingkungan
8. Menjaga hubungan, citra dan tampilan dengan *steckholder* dan lembaga yang dapat menunjang kelancaran program sekolah.

f. SMA Negeri 1 Semin

1) Sejarah Singkat

SMA Negeri 1 Semin Gunungkidul didirikan berdasarkan prakarsa Tripika Kecamatan Semin dan beberapa tokoh pendidik dari partai Golkar dari Kecamatan Semin. Sekolah ini didirikan pada tanggal 1 Juli 1979 oleh 5 (lima) tokoh pendiri, yaitu:

1. Tripika Kecamatan Semin, antara lain:
 - a. Bapak Marsingih BA selaku Camat Semin
 - b. Bapak Lagimin selaku Dan Ramil
 - c. Bapak K. Sastroprayitno selaku Dan Sek Pol
2. Aktifis pendidik dari partai Golkar Kecamatan Semin, yaitu:
 - a. Bapak F. Sukarjadhan BA selaku Komisaris Golkar Kecamatan Semin

b. Bapak Kusman Hadi selaku sekretaris Komisaris Golkar Kecamatan Semin.

Para pendiri memberikan nama SMA ini dengan nama SMA PERSIAPAN SEMIN, selanjutnya para pendiri tersebut membuat suatu yayasan yang diberi nama Yayasan Karya Praja Bhakti yang telah di Akte Notariskan pada tanggal 14 Juli 1979 Nomor 42.

SMA ini oleh para pendirinya diharapkan bisa menjadi SMA Negeri, maka pada tanggal 27 Agustus 1979 diresmikan oleh Drs. Sukiswo (Sekwilda Gunungkidul) dan dihadiri oleh perwakilan Kadepdikbud Gunungkidul dan Kanwil Depdikbud DIY. Bersama dengan diresmikan Yayasan Karya Praja Bhakti tersebut sekolah ini menjadi SMA Negeri, juga diangkatnya Bapak F. Sukardjan BA sebagai Kepala Sekolah dengan SK Yayasan No. 05/YKPB/VIII/1979. Langkah selanjutnya untuk penegerian, SMA ini memasukkan pengurus baru yaitu: Bapak S. M. Widiyanto sebagai Ketua 3 dan Bapak Djum'at sebagai ketua BP3 SMA Semin.

Pada awal tahun 1982, karena kepala sekolah terlalu sibuk dengan dinas pokoknya di SMEA Negeri Wonosari dan Anggota DPRD II Gunungkidul, maka ditunjuklah Bapak Drs. Toluardi sebagai Wakil Kepala Sekolah. Proses selanjutnya pada tahun 1 Juli 1983 SMA Persiapan Semin diresmikan menjadi SMA Negeri Semin dengan Kepala Sekolah Drs. R.B. Supangkat dengan Nomor SK No.0473/O/1983.

Nama-nama Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Semin

Gunungkidul antara lain:

Tabel 16. Daftar Nama Kepala Sekolah SMA N 1 Semin

No.	Tahun	Nama
1.	1979-1981	Bapak F. Kardjan, BA
2.	1981-1984	Bapak Drs. Toluardi
3.	1984-1988	Bapak Drs. R.B Supangkat
4.	1988-1990	Bapak Drs. Suparto
5.	1990-1991	Bapak Drs. Tolchah Mantur
6.	1991-1994	Bapak Drs. Parno
7.	1994-1997	Bapak Drs. Y. Sucipto Karto Subroto
8.	1997-2000	Bapak Drs. Suhani
9.	2000-2004	Bapak Drs. Toluardi
10.	2004-sekarang	Bapak Drs. H. Suwarno

2) Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Visi

“SMA Negeri 1 Semin Unggul dalam Prestasi di bidang Iptek, Imtaq, dan Keterampilan yang berwawasan pada lingkungan hidup”.

Misi

Meningkatkan Mutu akademik, melaksanakan program Imtaq dan melaksanakan Program kegiatan yang relevan dengan kebutuhan agar siswa mampu bersaing masuk perguruan tinggi, beriman dan bertaqwa, siap mandiri terjun di lapangan kerja yang berwawasan pada lingkungan hidup.

Tujuan Sekolah

1. Menghasilkan insan yang beriman dan bertaqwa, terbiasa hidup sehat, disiplin, berbudi pekerti luhur dan santun dalam pergaulan.

2. Siswa mampu mencapai rerata nilai ujian nasional sebagai cermin penguasaan ilmu pengetahuan di atas rerata nilai nasional minimal 80.
3. Siswa yang diterima di perguruan tinggi mencapai 75%.
4. Siswa memiliki kemampuan dibidang karya ilmiah hingga dapat bersaing di forum nasional.
5. Siswa mampu memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.
6. Siswa *care* terhadap seni budaya bangsa hingga dapat dibanggakan pada forum internasional.
7. Siswa memiliki pola hidup sehat yang tercermin dari aktivitas pada berbagai bentuk kegiatan olahraga dan kesehatan yang mendukung pencapaian prestasi siswa dan kinerja sumberdaya insan sekolah.
8. Siswa memiliki kesadaran tentang pentingnya kelestarian dan pemeliharaan lingkungan hidup.
9. Sekolah memiliki format kegiatan yang mapan untuk mengembangkan jati diri dan karakter siswa yang beradab dan bermartabat.
10. Sekolah memiliki standar pembelajaran, pendidikan, pembimbingan, pembinaan, dan pelatihan siswa yang optimal melibatkan siswa dalam proses pemecahan masalah di tingkat local, nasional, regional, dan internasional.

11. Sekolah memiliki jaringan sisters school dengan sekolah setara dan perguruan tinggi.
12. Sekolah memiliki standar penilaian sesuai ketentuan kurikulum nasional.
13. Kapasitas sumberdaya insani sekolah mampu mendukung dan memberikan layanan pendidikan sesuai SNP.
14. Kapasitas sumberdaya non insani sekolah mampu memberikan layanan pendidikan sesuai standar SNP.
15. Citra publik sebagai sekolah berstandar nasional baik di tingkat local, nasional, regional, dan internasional.
16. Membentuk sekolah peduli dan berbudaya lingkungan yang mampu berpartisipasi dan melaksanakan upaya pelestarian lingkungan dan pembangunan berkelanjutan bagi kepentingan generasi sekarang maupun yang akan datang.
17. Mewujudkan warga sekolah yang bertanggung jawab dalam upaya perlindungan dan pengelolaan lingkungan melalui tata kelola sekolah yang baik untuk mendukung pembangunan berkelanjutan.

g. SMA Negeri 1 Karangmojo

1) Sejarah Singkat

SMA Negeri 1 Karangmojo yang berdiri sejak 1983 telah terakreditasi dengan nilai A sejak 9 Maret 2005 dan pada 22 Nopember 2008 semakin mantap dengan nilai A (93,16) pada

akreditasi periode II. Pada periode III semakin meningkat dengan nilai A (94,41) pada 21 Desember 2013. Mulai tahun Pelajaran 2007/2008 sudah merintis menjadi Sekolah Kategori Mandiri dengan Sistem Pembelajaran berbasis ICT. Motto yang dikembangkan adalah “GALI POTENSI BINA KREASI RAIH PRESTASI MENUJU INSAN MANDIRI”.

2) Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Visi

Unggul dalam kompetensi berdasarkan iman dan taqwa menuju insan mandiri yang dijiwai oleh nilai-nilai budaya dan karakter bangsa.

Misi

1. Pembelajaran yang efektif untuk mengembangkan daya fikir-kalbu-fisik secara optimal.
2. Menyiapkan siswa memiliki bekal ilmu pengetahuan serta jiwa kompetitif untuk masuk PTN.
3. Mendidik dan melatih siswa menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan iman dan taqwa.
4. Mendidik siswa yang berbudaya nasional serta memiliki daya saing global.
5. Menumbuhkan dan mengembangkan pola pikir dan tindakan yang mencerminkan budaya mutu dan akhlak mulia dalam kehidupan sehari-hari.

6. Melaksanakan pembinaan berbagai bidang olahraga sehingga siswa memiliki daya fisik yang sehat dan tangguh.
7. Menyelenggarakan dan memfasilitasi kegiatan yang mencerminkan pengembangan seni budaya bangsa.
8. Melaksanakan pembinaan KIR yang kreatif mandiri dan kompetitif.
9. Memberikan pendidikan dan pelatihan yang berorientasi kecakapan hidup kepada siswa, sehingga siswa memiliki keunggulan komparatif di pasar kerja.

h. SMA Negeri 1 Semanu

1) Sejarah Singkat

SMA Negeri 1 Semanu berdiri pada tanggal 29 Januari 1998, di atas tanah seluas 11.955 m, di kelilingi rimbunnya pohon tebu, yang merupakan tanah Hibah dari kas desa Semanu, atas prakarsa dan peran serta Bapak PONO HS yang pada saat itu menjabat sebagai Kepala Desa Semanu. Proses kegiatan belajar dimulai sejak Catur Wulan 1 tahun pelajaran 1997/1998, dan sampai saat ini telah meluluskan 13 angkatan.

Adapun nama-nama yang telah berjasa mengabdikan menjadi Kepala SMA Negeri 1 Semanu dari tahun 1997 sampai sekarang adalah :

1. Tahun Pelajaran pertama yaitu Bapak Djoko Sardjono, BA
2. Periode 1999 sampai dengan 2001 dipimpin oleh Bapak Drs. H. Mulyoto

3. Periode 2001 sampai dengan 2003 dipimpin oleh Bapak Drs. Pardjono
4. Periode 2003 sampai dengan 2007 dipimpin oleh Bapak Tukiyar, S.Pd
5. Tahun 2008 sampai dengan 2009 dipimpin oleh beliau Bapak Drs. H. Sarjuna
6. Tahun 2009 sampai pada saat ini dipimpin oleh beliau Ibu Dra. Hj. Warjiyem

2) Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Visi

“Berprestasi dalam bidang akademik, imtaq, olahraga, seni dan keterampilan serta terwujudnya sekolah sehat, peduli lingkungan, dan berbudaya yang dijiwai oleh nilai-nilai karakter bangsa”.

Misi

1. Menyelenggarakan kegiatan pembelajaran secara efektif dan optimal.
2. Mengembangkan nilai-nilai keagamaan sehingga menjadi peserta didik yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta berakhlak mulia.
3. Mengembangkan pendidikan karakter.
4. Mengembangkan potensi dan melaksanakan kegiatan olahraga prestasi secara rutin.
5. Melaksanakan pelatihan seni tari dan seni musik.
6. Membekali peserta didik dengan keterampilan unggulan (komputer, menjahit, *Conversation*, membatik, otomotif dan sablon).

7. Membiasakan warga sekolah memiliki budaya hidup sehat dan peduli lingkungan.
8. Memberikan layanan yang setara bagi peserta didik dalam memperoleh pendidikan berkualitas dengan memperhatikan keberagaman latar belakang sosial-budaya, ekonomi, geografi, gender dan sebagainya.

Tujuan Sekolah

1. Mengembangkan/ meningkatkan kecerdasan bagi peserta didik.
2. Mengembangkan/ meningkatkan kepribadian dan akhlak mulia peserta didik.
3. Memberikan bekal keterampilan kepada peserta didik agar mempunyai kemampuan untuk memperoleh lapangan kerja atau berwiraswasta sendiri.
4. Mengoptimalkan potensi/ bakat yang dimiliki peserta didik.
5. Menjadikan warga sekolah memiliki budaya hidup sehat dan peduli terhadap lingkungan.
6. Tersedia dan terjangkau layanan pendidikan yang bermutu, relevan, dan berkesetaraan bagi semua peserta didik.
7. Mengembangkan berbagai kegiatan di dalam proses belajar di kelas berbasis pendidikan, budaya, dan karakter bangsa.
8. Mengembangkan sikap sadar dan tertib berlalu lintas.

i. SMA Negeri 1 Rongkop

1) Sejarah Singkat

SMA Negeri 1 Rongkop berdiri pada tanggal 1 April 1990, berdasarkan surat keputusan Menteri Pendidikan Dan kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 0389/O/1990 tanggal 11 Juni 1990. Memerima siswa baru mulai tahun ajaran 1989/1990. Oleh karena SMA Negeri 1 Rongkop pada saat itu belum mempunyai sarana prasarana baik gedung, guru, maupun karyawan yang mencukupi, maka kegiatan belajar mengajar siswa angkatan pertama, masuk siang sampai sore hari dan dititipkan di SMA Negeri 1 Karangmojo.

Siswa angkatan pertama terdiri dari 2(dua) kelas berjumlah 80 siswa yang terdiri dari 52 siswa putera dan 28 siswa puteri, guru empat orang, karyawan TU berjumlah 3 orang. Kekurangan tenaga guru maupun karyawan dicukupi dari SMA Negeri 1 Karangmojo, yang menjabat sebagai Kepala sekolah Pengampu adalah Kepala SMA Negeri 1 Karangmojo yaitu Bpk. Drs. CH. Singgih Waluyo (1989–1991). Dalam kurun waktu kepemimpinannya di samping meletakkan dasar-dasar pokok pendirian sekolah juga telah ditetapkan logo sekolah dan mars SMA Negeri 1 Rongkop.

Seiring berjalannya waktu juga telah selesai pembangunan gedung SMA Negeri 1 Rongkop yang sekarang kita tempati. Bangunan awal hanya terdiri dari 6 (enam) ruang kelas dan ruang pendukung yang lain seperti: perpustakaan, ruang guru, ruang TU,

ruang keterampilan dan kamar mandi /WC. Gedung SMA Negeri 1 Rongkop yang sekarang kita tempati diresmikan penggunaannya oleh Kepala kantor wilayah Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan DIY pada tanggal 16 Desember 1989. Walaupun sudah diresmikan, namun penggunaan untuk proses belajar mengajar baru dimulai pada bulan Juli 1991 yang ditandai dengan penerimaan siswa kelas satu baru tahun ajaran 1991/1992 dan boyongnya siswa kelas dua yang semula dititipkan di SMA Negeri 1 Karangmojo.

Kepala Sekolah definitive yang pernah menjabat di SMA Negeri 1 Rongkop antara lain:

1. Drs.A.A. Moeharto (1991 – 1993)
2. DjokoSarjono,B.A. (1993 – 1995)
3. Dra. Sri Hartati (1995 – 2001)
4. Drs. Suwarno (2001 – 2004)
5. Drs. DadyoPrantoro (2004 – 2007)
6. Drs. Hananto (2007 – 2009)
7. Drs. LeladiBudieMulya, M.Pd. (2009 – 2013)
8. Bpk. Ekwantoro, S.Pd. Mulaibulan November 2013 sampai sekarang.

Kini SMA Negeri 1 Rongkop genap berusia seperempat abad (25) tahun. Kepala sekolah yang pernah menjabat di SMA Negeri 1 Rongkop semuanya telah menyumbangkan andil besar demi kemajuan sekolah, baik penambahan maupun rehab fasilitas fisik juga meningkatkan prestasi akademik dan non akademik. Selama 25 tahun dalam rentang sejarah, seperti dalam suatu kehidupan telah mengalami banyak peristiwa maupun kejadian baik yang membanggakan maupun yang sebaliknya. Semuanya dijadikan modal pengalaman untuk menyusun strategi menyongsong masa

depan yang lebih baik. Selama 25 tahun usianya telah mengalami pasang surut, baik prestasi maupun jumlah siswa. Selama 25 tahun berdiri telah menghasilkan lulusan sebanyak 2420 siswa, yang telah mendarmabaktikan diberbagai wilayah Nusantara, bekerja di berbagai sekto rbaik negeri maupun swasta, yang telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya untuk kemajuan bangsa dan Negara.

Ada lima lulusan yang kembali mengabdikan kealmamater tercinta yaitu :

1. Lulusan angkatan pertama tahun 1992, NIS: 11 : Dwi Endang Sunaryati , sekarang guru PKN
2. Agus Nugraha alumni 1996
3. Lulusan tahun 1992, NIS: 1168 : Sumarsih, Staf TU
4. Suharyanto alumni 2001
5. Suharmadil ulusan 2010 bertugas sebagai Satpam

Kini SMA Negeri 1 Rongkop, menatap masa depan, telah melengkapi sarana dan prasarana untuk mendukung dan membekali siswa demi mempersiapkan generasi yang hidup di era globalisasi yang penuh tantangan dan persaingan. Kini hampir semua fasilitas menjadi lengkap dan lebih baik dibanding tahun-tahun sebelumnya. Tenaga kependidikan yang cukup dengan didukung sejumlah 33 orang guru professional dan 10 tenaga tata usaha yang memadai.

Tidak bisa dipungkiri SMA Negeri 1 Rongkop adalah SMA Negeri satu-satunya di Wilayah Rongkop. Yang menjadi kebanggaan bukan saja siswa, guru, maupun karyawannya. Tetapi juga menjadikan kebanggaan seluruh masyarakat Rongkop dan sekitarnya. Jadi kita semua ikut memiliki, kita semua ikut menjaga namanya, kita semua ikut mengevaluasi untuk kejayaan SMA yang kita cintai . Ini semua sejalan dengan petuah para leluhur : “rumangsa melu handarbeni, melu hangrungkebi, sarta mulatsarirah angrasawani”.

Seiring dengan semangat budaya “Jogya Istimewa” dan untuk mengingat tahun berdirinya SMA Negeri 1 Rongkop yaitu tahun 1990 maka, menjelang ulang tahunnya yang ke 25 juga telah dibuat Surya Sangkala dengan rangkaian tembung: “Luhur Arum Trusing Budi “.

Makna “*lamba*” yang tersurat adalah :

- Luhur mempunyai arti angka nol
- Arum mempunyai arti angka Sembilan
- Terusing (trusing) mempunyai arti juga angka Sembilan
sedangkan
- Budi mempunyai arti angka satu

0991 sesuai ilmu sengkalan dibaca dari belakang sehingga menjadi rangkaian tahun 1990. Sedangkan “*sejati ning makna*” atau makna hakikat dari “Luhur Arum Trusing budi”, adalah sejalan

dengan pendidikan manusia seutuhnya. Dengan *“Luhur Arum Trusing Budi”* : sudah terkandung makna, hatinya baik, trusing budi berarti: budi/tindakan/kelakuan/etikanya juga baik. *“Luhur Arum Trusing Budi”* merupakan penyatuan antara: *ati, lathi, lan pakarti*. Maka diharapkan semua siswa didik di SMA negeri 1 Rongkop bisa menjadi: *“kukuh jati ning manungsa, bakuh, wutuh, sipating jalma”*

2) Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Visi

“Unggul dalam prestasi, penuh keimanan, dan ketaqwaan serta memiliki keterampilan”

Misi

1. Menyelenggarakan Kegiatan Belajar Mengajar yang normative dan efektif, sehingga siswa dapat mengembangkan cipta, rasa dan karsa siswa secara optimal.
2. Menyelenggarakan Pendidikan dan Pelatihan Teknologi Informasi sehingga siswa menguasai dan mampu memanfaatkan perkembangan teknologi informatika.
3. Menyelenggarakan program bimbingan khusus untuk mempersiapkan siswa agar mapu bersaing memasuki Perguruan Tinggi.
4. Membekali siswa dengan pengetahuan dan pengalaman dalam melaksanakan pengamalan ajaran agama sehingga menjadi siswa yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.

5. Membekali siswa dengan kemampuan berbahasa Inggris, khususnya dalam hal berkomunikasi (conversation).
6. Mengembangkan pola pikir dan perilaku yang mencerminkan semangat 8K dalam kehidupan sehari-hari.
7. Menyelenggarakan pembinaan dan memfasilitasi kegiatan siswa yang memungkinkan berkembangnya kreativitas seni dan budaya.
8. Menyelenggarakan pelatihan dan pembinaan berbagai bidang olahraga sehingga siswa memiliki fisik yang sehat.
9. Menyelenggarakan dan memfasilitasi kegiatan siswa yang memungkinkan berkembangnya kreativitas di bidang penulisan dan penelitian ilmiah.
10. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan yang memungkinkan berkembangnya kecakapan hidup (*life skills*) sehingga memiliki keunggulan dalam memasuki dan menciptakan peluang kerja.

Tujuan Sekolah

Tujuan pendidikan menengah adalah meningkatkan kecerdasan, pengetahuan, kepribadian, akhlak mulia, serta keterampilan untuk hidup mandiri dan mengikuti pendidikan lebih lanjut.

1. Mewujudkan masyarakat Rongkop yang berpendidikan sehingga mampu berkompetisi dalam tatanan kehidupan yang maju.

2. Meningkatkan mutu pendidikan melalui intrakurikuler dan ekstrakurikuler.
3. Meningkatkan kemampuan akademik dan profesionalisme bagi tenaga pendidikan.
4. Mewujudkan generasi muda yang berwawasan kebangsaan, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi serta siap meneruskan estafet pembangunan.
5. Mewujudkan generasi muda yang memiliki wawasan keunggulan lokal daerahnya, yaitu keunggulan lokal kelautan, sebagai bekal setelah mereka terjun di masyarakat.

j. SMA Negeri 1 Tanjungsari

1) Sejarah Singkat

SMAN 1 Tanjungsari berdiri pada tanggal 5 Oktober 1994, berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 0260/0/1994 semula bernama SMA N 1 TEPUS GUNUNGKIDUL dan Diresmikan oleh Drs. Soetopo Sahib yang pada saat itu menjabat sebagai Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun Pembelajaran dimulai pada tanggal 5 Oktober 1994 dan waktu itu SMA N Tepus belum mempunyai gedung dan masih menginduk dengan SMA 2 Wonosari. Dalam perkembangannya disebabkan karena pemekaran wilayah kecamatan. Bahwa kecamatan TEPUS dibagi menjadi 2 Kecamatan yaitu Kecamatan Tepus & Kecamatan

Tanjungsari. Maka karena dari segi geografis lokasi SMAN 1 TEPUS berada di wilayah kecamatan Tanjungsari tepatnya di Jalan Baron Km 12 Dusun Glagah Desa Kemiri, maka berubahlah nama menjadi SMAN 1 TANJUNGSARI Gunungkidul Yogyakarta hingga sekarang.

2) Visi dan Misi Sekolah

Visi

“Prima dalam prestasi, terdidik, trampil dan berbudaya berdasarkan iman dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa”

Misi

1. Mengembangkan kegiatan yang berorientasi pada peningkatan iman dan taqwa bagi seluruh komponen sekolah.
2. Mengembangkan proses pembelajaran yang mampu menjawab perkembangan dan kemajuan IPTEK.
3. Memberikan bekal peningkatan ketrampilan siswa yang berbasis pada keunggulan lokal berwawasan olah raga.
4. Mengembangkan berbagai kegiatan seni dan budaya Indonesia pada siswa.

k. SMA Negeri 1 Panggang

1) Gambaran Umum

SMA N 1 Panggang merupakan salah satu Sekolah Menengah Atas Negeri di Kabupaten Gunungkidul. Sekolah yang beralamat di Jalan Pundak, Giriwungu, Panggang ini telah berdiri

sejak tahun 1 April 1992. Berdiri di atas lahan seluas 10.739 m², sekolah ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk menunjang kegiatan belajar mengajar seperti, ruang kelas, ruang laboratorium kimia, biologi, fisika, komputer, ruang perpustakaan, ruang aula, ruang kepala sekolah, ruang guru, ruang TU, ruang konseling, ruang UKS, ruang OSIS dan Mushola. SMA Negeri 1 Panggang saat ini terdiri dari dua program atau jurusan yaitu MIA dan IIS dimana setiap jenjang terdiri dari 2 rombongan belajar, sehingga total rombongan belajar yang ada saat ini berjumlah 12 rombel, yang didukung dengan 32 tenaga guru.

2) Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Visi

“Unggul dalam imtaq, iptek, olahraga, dan berkarakter mulia, cinta seni dan lingkungan”.

Misi

1. Meningkatkan iman dan taqwa dalam rangka memperkuat kepribadian peserta didik sebagai insan beragama.
2. Meningkatkan kualitas akademik sehingga mampu melanjutkan ke Perguruan Tinggi.
3. Mengembangkan bakat dan minat berolahraga sesuai dengan potensi yang dimiliki sebagai bekal hidup di masyarakat.

4. Menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan yang mengedepankan karakter peserta didik dalam setiap kegiatan pembelajaran di sekolah.
5. Mengembangkan bakat, minat, dan daya kreasi seni untuk melestarikan budaya bangsa yang berkepribadian mulia.
6. Mengembangkan budaya cinta lingkungan.
7. Mengembangkan keterampilan peserta didik sesuai dengan potensi yang dimiliki sebagai bekal hidup di masyarakat.

Tujuan Sekolah

1. Mempersiapkan peserta didik yang bertaqwa kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa dan berakhlak mulia.
2. Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan dan teknologi agar mampu bersaing dan melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.
3. Mempersiapkan peserta didik agar menjadi manusia yang berkepribadian, cerdas, berkualitas, dan berprestasi dalam bidang olahraga dan seni.
4. Mempersiapkan peserta didik agar berkarakter mulia.
5. Membekali peserta didik agar memiliki keterampilan teknologi informasi dan komunikasi serta mampu mengembangkan diri secara mandiri.

6. Menanamkan peserta didik sikap ulet dan gigih dalam berkompetisi, beradaptasi dengan lingkungan, dan mengembangkan sikap sportif dalam diri peserta didik.
7. Menanamkan peserta didik untuk mencintai dan mengembangkan potensi lingkungan.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Deskripsi data ini menggambarkan beberapa kondisi dalam hal ini adalah siswa kelas XII jurusan IPS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Pelajaran 2015/2016. Data responden ini memberikan beberapa informasi tentang keadaan responden yang dijadikan subjek penelitian. Dari hasil penyebaran kuesioner, data dalam penelitian ini adalah siswa kelas XII jurusan IPS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 yang berjumlah 210 siswa dari 11 SMA Negeri di Gunungkidul.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Sekolah

Dari hasil pengumpulan data, berdasarkan asal sekolah responden sudah sesuai dengan proporsi sampel penelitian yang telah ditentukan sebelumnya pada Bab III. Berikut data deskripsi responden berdasarkan asal sekolah:

Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Sekolah.

Nama Sekolah	Jumlah (siswa)	(%)
SMA N 1 Wonosari	23	10,95
SMA N 2 Wonosari	16	7,62
SMA N 1 Playen	11	5,24
SMA N 2 Playen	31	14,76
SMA N 1 Patuk	21	10,00
SMA N 1 Panggang	16	7,62
SMA N 1 Tanjungsari	17	8,10
SMA N 1 Semanu	15	7,14
SMA N 1 Rongkop	10	4,76
SMA N 1 Karangmojo	22	10,48
SMA N 1 Semin	29	13,81
Jumlah	210	100

Sumber: data primer yang diolah:2016

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

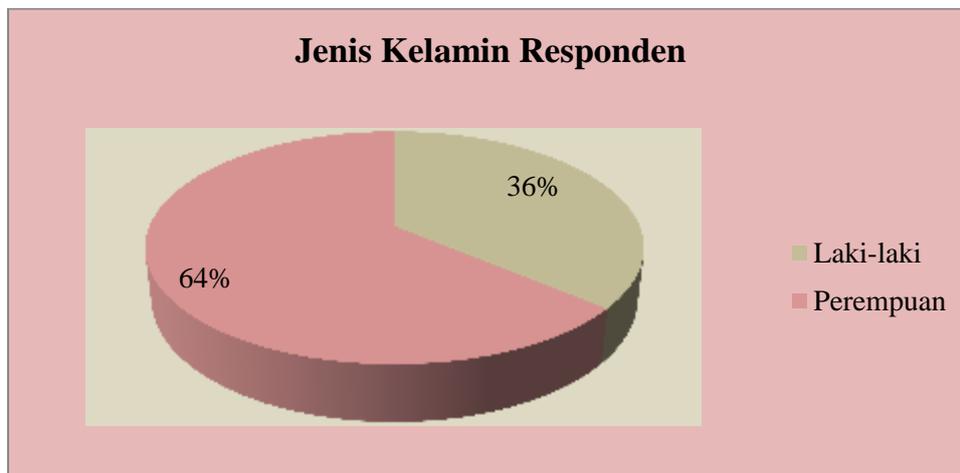
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 18. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	76	36,19
Perempuan	134	63,81
Total	210	100

Sumber: data primer yang telah diolah:2016

Berdasarkan tabel 18, diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 76 responden (36.19%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 134 (63,81%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kelas XII jurusan IPS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015-2016 yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan. Karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat disajikan dalam bentuk diagram lingkaran seperti berikut:



Gambar 3. *Pie Chart* Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

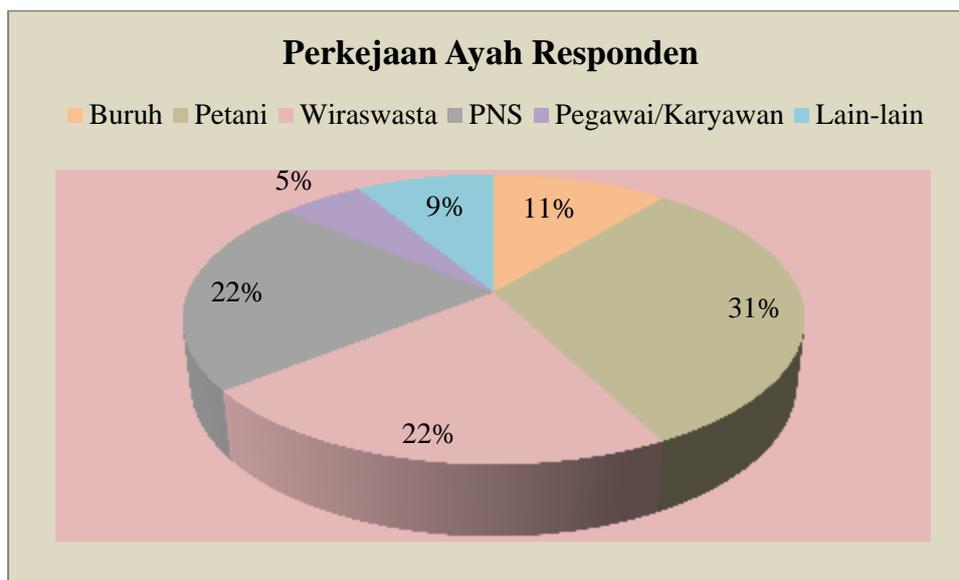
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Ayah/Wali

Tabel 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Ayah/Wali

Jenis Pekerjaan	Jumlah	(%)
Buruh	23	10,95
Petani	66	31,43
Wiraswasta	46	21,90
PNS	46	21,90
Pegawai/Karyawan	11	5,24
Lain-lain	18	8,57
Total	210	100

Sumber: data primer diolah:2016

Berdasarkan tabel 19, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan pekerjaan ayah/wali terbanyak adalah sebagai petani yaitu sebanyak 66 responden (31,43%) dan jenis pekerjaan ayah/wali responden terendah adalah sebagai karyawan yaitu sebanyak 11 responden (5,24%). Karakteristik responden menurut jenis pekerjaan ayah/wali dapat disajikan dalam bentuk diagram lingkaran seperti berikut:



Gambar 4. *Pie Chart* Responden Berdasarkan Pekerjaan Ayah/Wali

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Orang Tua Per Bulan

Penghasilan merupakan penghasilan suatu keluarga dalam satu bulan. Berdasarkan dari pengumpulan data yang telah dilakukan, karakteristik responden berdasarkan penghasilan orang tua dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

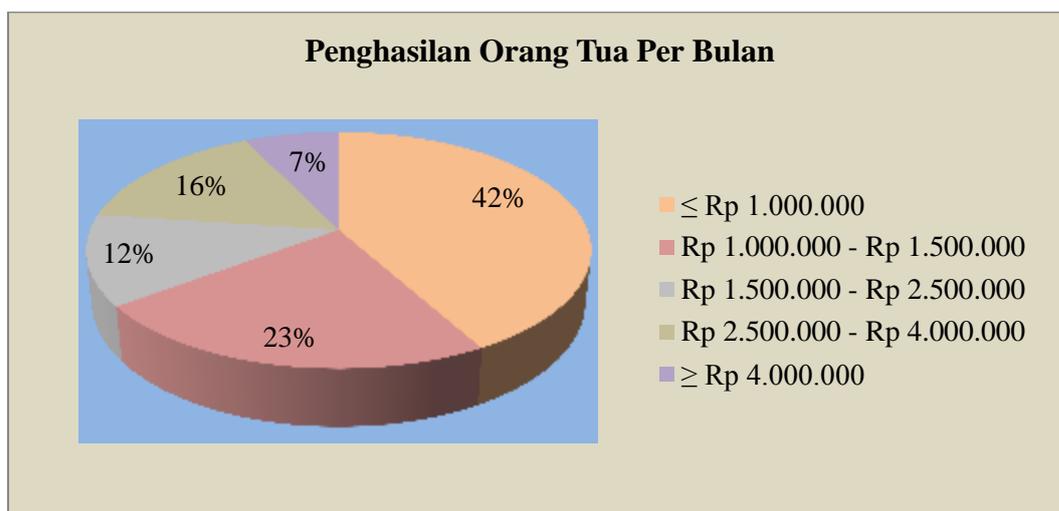
Tabel 20. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Orang Tua

Penghasilan Orang Tua	Jumlah	(%)
≤ Rp 1.000.000	88	41,90
Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000	48	22,86
Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000	26	12,38
Rp 2.500.000 - Rp 4.000.000	33	15,71
≥ Rp 4.000.000	15	7,14
Total	210	100

Sumber: data primer diolah:2016

Berdasarkan tabel 20, dapat diketahui bahwa 41,90% atau mayoritas responden berasal dari keluarga dengan penghasilan orang tua perbulan sebanyak ≤ Rp 1.000.000 dan hanya 7,14% dari total

responden yang penghasilan orang tuanya \geq Rp 4.000.000. Karakteristik responden menurut jenis penghasilan orang tua dapat disajikan dalam bentuk diagram lingkaran seperti berikut:



Gambar 5. *Pie Chart* Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Orang Tua

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Ibu

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan orang tua (Ibu) disajikan pada tabel berikut:

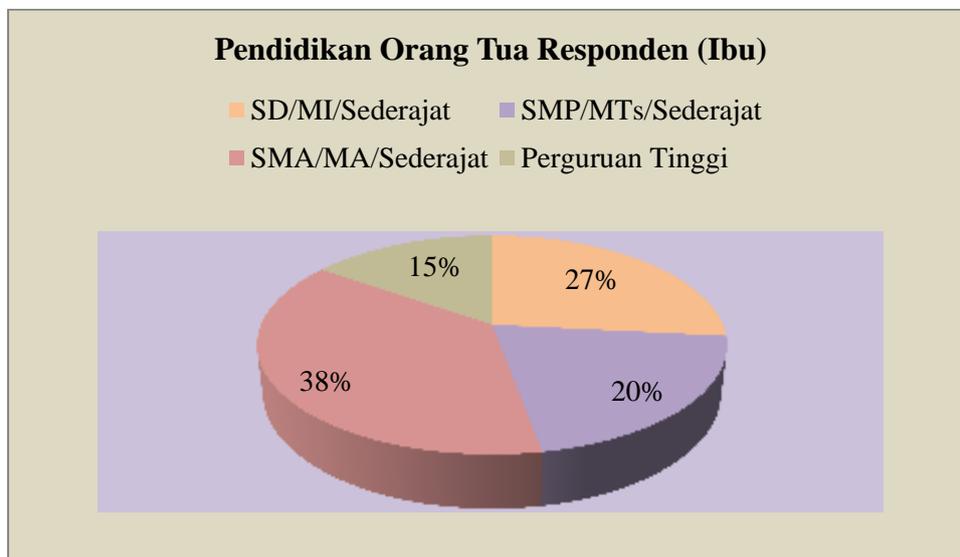
Tabel 21. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Orang Tua (Ibu)

Tingkat Pendidikan Orang Tua (Ibu)	Jumlah	(%)
SD/MI/Sederajat	56	26,67
SMP/MTs/Sederajat	43	20,48
SMA/MA/Sederajat	79	37,62
Perguruan Tinggi	32	15,24
Total	210	100

Sumber: Data primer diolah:2016

Tabel 21 menunjukkan bahwa mayoritas pendidikan orang tua (Ibu) responden yaitu pada jenjang SMA/MA/Sederajat yaitu sebanyak 79 orang (37,62%) dan hanya 32 responden (15,24%) yang pendidikan orang tua (Ibu) pada jenjang perguruan tinggi. Karakteristik responden

menurut tingkat pendidikan orang tua dapat disajikan dalam bentuk diagram lingkaran seperti berikut:



Gambar 6. *Pie Chart* Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Orang Tua (Ibu)

2. Analisis Deskriptif

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah siswa kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 yang berjumlah 838 siswa, yang terbagi pada 11 sekolah. Penelitian ini menggunakan pendekatan sampel berhubung jumlah dan luasnya daerah sehingga diambil sampel penelitian sebanyak 210 siswa. Data yang diperoleh dari lapangan disajikan dalam bentuk deskripsi data dari masing-masing variabel. Variabel bebas diantaranya Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan, sedangkan variabel terikat adalah Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.

Deskripsi kategori variabel menggambarkan tanggapan responden mengenai Pengaruhh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan

Akuntansi FE UNY siswa kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016. Deskripsi data yang disajikan dalam penelitian ini meliputi nilai Mean (Me), Median (Mi), Modus (Mo), dan Standar Deviasi (SD). Selain itu juga disajikan tabel distribusi frekuensi, histogram dari frekuensi variabel penelitian, serta tabel dan *pie chart* dari kecenderungan variabel penelitian. Dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 21 diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Variabel Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

Data variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY diperoleh melalui angket yang terdiri dari 20 butir pernyataan. Skor maksimal yang diberikan adalah 4 dan skor minimal adalah 1. Berdasarkan data penelitian, variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY skor tertinggi sebesar 75 dan skor dari skor tertinggi yang mungkin dicapai yaitu sebesar 80 (4×20) dan skor terendah sebesar 26 dari skor terendah yang mungkin dicapai yaitu sebesar 20 (1×20). Dari skor tersebut kemudian dianalisis menggunakan bantuan komputer program SPSS 21 pada lampiran 5 Distribusi Frekuensi diperoleh nilai Mean sebesar 54,28; Median sebesar 55,00; Modus sebesar 58; serta Standar Deviasi sebesar 8,657.

Untuk menyusun distribusi frekuensi Minat Siswa Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menentukan jumlah kelas interval

Jumlah kelas interval ditentukan dengan menggunakan rumus

$K=1+3,3\log n$, dimana n adalah jumlah sampel yang diteliti yaitu sebanyak 210 siswa.

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

$$K = 1 + 3,3 \log 210$$

$$K = 1 + 3,3(2,322219295)$$

$$K = 1 + 7,663323673$$

$$K = 8,663323673 \text{ dibulatkan ke atas menjadi } K=9$$

2) Menentukan rentang kelas (*Range*)

$$\begin{aligned} \text{Range kelas} &= \text{skor maksimum} - \text{skor minimum} \\ &= 75 - 26 \\ &= 49 \end{aligned}$$

3) Menentukan panjang kelas interval

$$\begin{aligned} \text{Panjang Kelas Interval} &= \frac{\text{Rentang kelas} + 1}{\text{jumlah kelas interval}} \\ &= \frac{49 + 1}{9} \\ &= 5,555556 \text{ dibulatkan ke atas menjadi } 6 \end{aligned}$$

Distribusi frekuensi nilai Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi

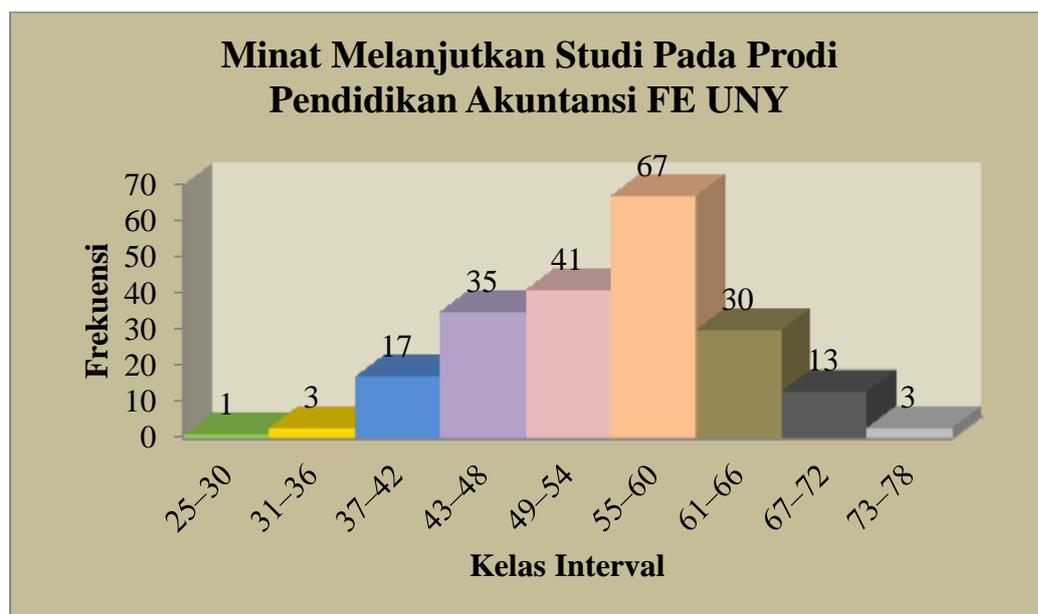
Pendidikan Akuntansi (Y) dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 22. Distribusi Frekuensi Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

No	Kelas Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1	25 – 30	1	0,48
2	31 – 36	3	1,43
3	37 – 42	17	8,10
4	43 – 48	35	16,67
5	49 – 54	41	19,52
6	55 – 60	67	31,90
7	61 – 66	30	14,29
8	67 – 72	13	6,19
9	73 – 78	3	1,43
Jumlah		210	100

Sumber: Data primer yang diolah: 2016

Hasil distribusi frekuensi data variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY yang disajikan pada tabel digambarkan dalam histogram sebagai berikut:



Gambar 7. Histogram Distribusi Frekuensi Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan masing-masing skor variabel digunakan skor ideal dari subjek penelitian sebagai kriteria perbandingan. Data variabel perlu dikategorikan dengan aturan sebagai berikut:

1) Kelompok atas/ Ranking atas

Semua responden yang mempunyai skor sebanyak rata-rata ideal ditambah dengan Standar Deviasi Ideal ke atas ($>M_i + 1 SD_i$).

2) Kelompok sedang/ Ranking tengah

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata ideal dikurangi 1 standar deviasi ideal dan skor rata-rata idela ditambah 1 standar deviasi ideal (antara $M_i - 1SD_i$ sampai $M_i + 1SD_i$).

3) Kelompok kurang/ Ranking Bawah

Semua responden yang mempunyai skor lebih rendah dari skor rata-rata ideal dikurangi 1 standar deviasi ideal ($<M_i - 1SD_i$).

(Sudjono, 2014:176)

Sedangkan harga *Mean ideal* (M_i) dan *Standar Deviasi ideal* (SD_i) diperoleh berdasarkan rumus berikut ini:

$$\begin{aligned} \text{Mean Ideal} &= \frac{1}{2} (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (75 + 26) \\ &= 50,5 \\ \text{Standar Deviasi} &= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (75 - 26) \\ &= 8,17 \end{aligned}$$

Berdasarkan pengkategorian tersebut maka kriteria kecenderungan variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi (Y) dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Kelompok atas/tinggi} &= > (M_i + 1SD_i) \\ &= > (50,5 + 8,17) \\ &= > 58,67 \\ \text{Kelompok sedang/cukup} &= (M_i - 1SD_i) \text{ sampai dengan } (M_i + 1SD_i) \\ &= (50,5 - 8,17) \text{ sampai dengan } (50,5 + 8,17) \\ &= 42,33 \text{ sampai dengan } 58,67 \end{aligned}$$

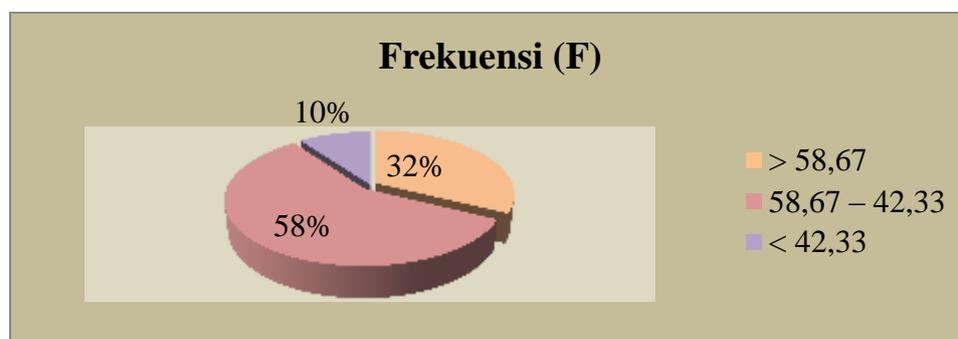
$$\begin{aligned} \text{Kelompok kurang/rendah} &= < (M_i - 1 \text{ SD}_i) \\ &= < (50,5 - 8,17) \\ &= < 42,33 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh kriteria kecenderungan Y, sebagai berikut:

Tabel 23. Kategori Kecenderungan Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

No.	Kelas Interval	Frekuensi (F)	Frekuensi Relatif (%)	Kategori
1.	> 58,67	68	32,38	Sangat Tinggi
2.	42,33 - 58,67	121	57,62	Sedang
3.	< 42,33	21	10	Rendah
Jumlah		210	100	

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 68 siswa (32,38%) berada pada Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY dalam kategori Sangat Tinggi, 121 siswa (57,62%) berada pada Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY dalam kategori Sedang dan 21 siswa (10%) berada pada Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY dalam kategori Rendah. Berdasarkan distribusi kecenderungan frekuensi variabel Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di atas, dapat disajikan dalam *Pie Chart* sebagai berikut:



Gambar 8. *Pie Chart* Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY siswa kelas XII IPS SMA Negeri di Gunungkidul tahun ajaran 2015/2016 dalam taraf sedang.

b. Variabel Citra Merek (*Brand Image*)

Data tentang Citra Merek (*Brand Image*) diperoleh melalui angket dengan 16 butir pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh dari angket yang disebarakan kepada 210 siswa, menunjukkan bahwa variabel Citra Merek (*Brand Image*) diperoleh skor tertinggi sebesar 74 dari skor tertinggi yang mungkin dicapai yaitu sebesar 76 (4 x 19) dan skor terendah sebesar 25 dari skor yang mungkin dicapai sebesar 19 (1x19). Dari skor tersebut kemudian dianalisis menggunakan bantuan komputer program SPSS 21 pada lampiran Distribusi Frekuensi diperoleh nilai Mean sebesar 56,68; Median sebesar 57,00; Modus sebesar 57; serta Standar Deviasi sebesar 6,286.

Untuk menyusun distribusi frekuensi Citra Merek (*Brand Image*) dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menentukan jumlah kelas interval

Jumlah kelas interval ditentukan dengan menggunakan rumus $K=1+3,3\log n$, dimana n adalah jumlah sampel yang diteliti yaitu sebanyak k 210 siswa.

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

$$K = 1 + 3,3 \log 210$$

$$K = 1 + 3,3(2,322219295)$$

$$K = 1 + 7,663323673$$

$K = 8,663323673$ dibulatkan ke atas menjadi $K=9$

2) Menentukan rentang kelas (*Range*)

$$\begin{aligned} \text{Range kelas} &= \text{skor maksimum} - \text{skor minimum} \\ &= 74 - 25 \\ &= 49 \end{aligned}$$

3) Menentukan panjang kelas interval

$$\begin{aligned} \text{Panjang Kelas Interval} &= \frac{\text{Rentang kelas} + 1}{\text{jumlah kelas interval}} \\ &= \frac{49 + 1}{9} \\ &= 5,55556 \text{ dibulatkan ke atas menjadi } 6 \end{aligned}$$

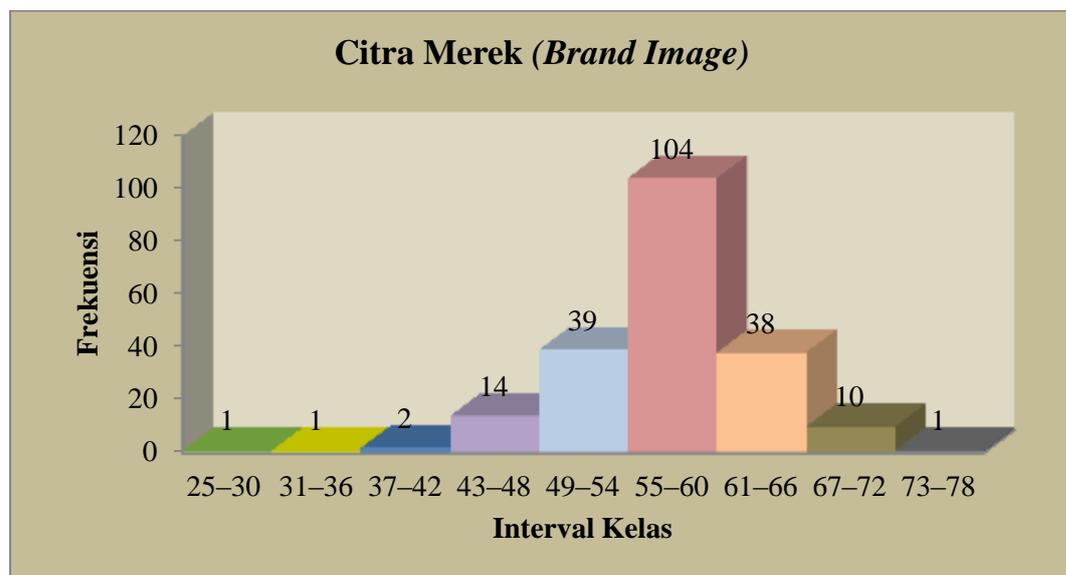
Distribusi frekuensi nilai Citra Merek (*Brand Image*) (X_1), dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 24. Distribusi Frekuensi Citra Merek (*Brand Image*)

No.	Interval Kelas	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1.	25 – 30	1	0,48
2.	31 – 36	1	0,95
3.	37 – 42	2	0,95
4.	43 – 48	14	4,76
5.	49 – 54	39	19,52
6.	55 – 60	104	48,57
7.	61 – 66	38	18,10
8.	67 – 72	10	5,71
9.	73 – 78	1	0,95
Jumlah		210	100

Sumber: Data primer yang diolah: 2016.

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi Citra Merek (*Brand Image*) di atas dapat digambarkan dengan diagram batang sebagai berikut:



Gambar 9. Histogram Citra Merek (*Brand Image*)

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan Citra Merek (*Brand Image*). Untuk mengetahui kecenderungan masing-masing skor variabel digunakan skor ideal dari subjek penelitian sebagai kriteria perbandingan. Data variabel penelitian perlu dikategorikan dengan atauran sebagai berikut:

1) Kelompok atas/ Ranking atas

Semua responden yang mempunyai skor sebanyak rata-rata ideal ditambah dengan standar deviasi ideal ke atas ($>M_i + 1 SD_i$).

2) Kelompok sedang/ Ranking tengah

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata ideal dikurangi 1 standar deviasi ideal dan skor rata-rata idela ditambah 1 standar deviasi ideal (antara $M_i - 1SD_i$ sampai $M_i + 1SD_i$).

3) Kelompok kurang/ Ranking Bawah

Semua responden yang mempunyai skor lebih rendah dari skor rata-rata idela dikurangi 1 standar deviasi ideal ($<Mi - 1 SDi$).

(Sudjono, 2014:176)

Sedangkan harga Mean ideal (Mi) dan Standar Deviasi ideal (SDi) diperoleh berdasarkan rumus berikut ini:

$$\begin{aligned} \text{Mean Ideal} &= \frac{1}{2} (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (74 + 25) \\ &= 49,5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi} &= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (62 - 21) \\ &= 8,17 \end{aligned}$$

Berdasarkan pengkategorian tersebut maka kriteria kecenderungan variabel Citra Merek (*Brand Image*) (X_1) dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Kelompok atas/tinggi} &= > (Mi + 1 SDi) \\ &= > (49,5 + 8,17) \\ &= > 57,67 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok sedang/cukup} &= (Mi - 1 SDi) \text{ sampai dengan } (Mi + 1 SDi) \\ &= (49,5 - 8,17) \text{ sampai dengan } (49,5 + 8,17) \\ &= 57,67 \text{ sampai dengan } 41,33 \end{aligned}$$

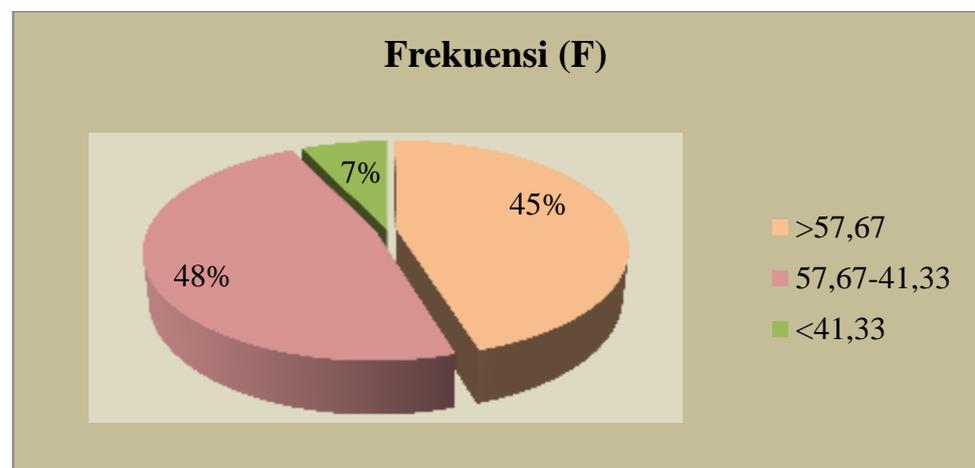
$$\begin{aligned} \text{Kelompok kurang/rendah} &= < (Mi - 1 SDi) \\ &= < (49,5 - 8,17) \\ &= < 41,33 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka diperoleh kriteria kecenderungan X_1 , sebagai berikut:

Tabel 25. Kategori kecenderungan Citra Merek (*Brand Image*)

No.	Kelas Interval	Frekuensi (F)	Frekuensi Relatif (%)	Kategori
1.	>57,67	95	45,24	Sangat Tinggi
2.	41,33 - 57,67	100	47,62	Sedang
3.	<41,33	15	7,14	Rendah
Jumlah		210	100	

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 95 siswa (45,24%) berada pada Citra Merek (*Brand Image*) Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY dalam kategori Sangat Tinggi, 100 siswa (47,62%) berada pada kategori Sedang dan hanya 15 siswa yang berada pada Citra Merek (*Brand Image*) dalam kategori Rendah. Berdasarkan distribusi kecenderungan frekuensi variabel Citra Merek (*Brand Image*) di atas, dapat disajikan dalam *Pie Chart* sebagai berikut:

Gambar 10. *Pie Chart* Citra Merek (*Brand Image*)

Berdasarkan data dari indentifikasi kategori kecenderungan variabel Citra Merek (*Brand Image*), menunjukkan bahwa kecenderungan variabel Citra Merek (*Brand Image*) dapat dikategorikan sedang.

c. Variabel Persepsi Biaya Pendidikan

Variabel Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) diukur melalui angket dengan 5 butir pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh dari angket yang disebarkan kepada 210 siswa menunjukkan bahwa variabel Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) diperoleh skor tertinggi sebesar 16 dari skor yang mungkin dicapai sebesar 20 (4×5), dan skor terendah sebesar 7 dari skor terendah yang mungkin dicapai 9 (1×5). Dari skor tersebut kemudian dianalisis menggunakan bantuan komputer program SPSS 21 pada lampiran Distribusi Frekuensi diperoleh nilai Mean sebesar 12,21; Median sebesar 12,00; Modus sebesar 12; serta Standar Deviasi sebesar 1,228.

Untuk menyusun distribusi frekuensi Persepsi Biaya Pendidikan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menentukan jumlah kelas interval

Jumlah kelas interval ditentukan dengan menggunakan rumus $K=1+3,3 \log n$, dimana n adalah jumlah sampel yang diteliti yaitu sebanyak 210 siswa.

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

$$K = 1 + 3,3 \log 210$$

$$K = 1 + 3,3(2,322219295)$$

$$K = 1 + 7,663323673$$

$$K = 8,663323673 \text{ dibulatkan ke atas menjadi } K=9$$

2) Menentukan rentang kelas (*Range*)

$$\begin{aligned} \text{Range kelas} &= \text{skor maksimum} - \text{skor minimum} \\ &= 15 - 9 \\ &= 6 \end{aligned}$$

3) Menentukan panjang kelas interval

$$\begin{aligned} \text{Panjang Kelas Interval} &= \frac{\text{Rentang kelas} + 1}{\text{jumlah kelas interval}} \\ &= \frac{6 + 1}{9} \\ &= 0,77778 \text{ dibulatkan ke atas menjadi } 2 \end{aligned}$$

Distribusi frekuensi nilai Persepsi Biaya Pendidikan (X_2), dapat

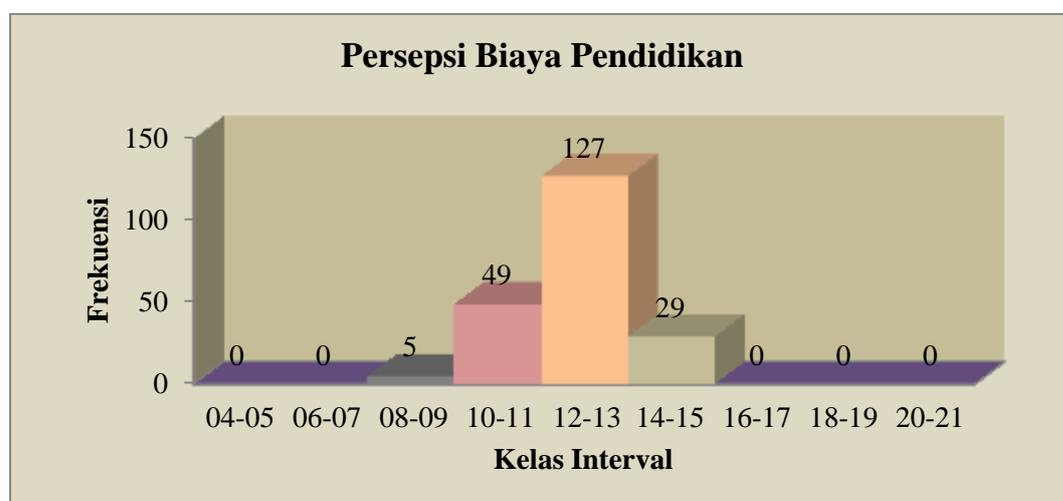
dilihat pada tabel berikut:

Tabel 26. Distribusi Frekuensi Persepsi Biaya Pendidikan

No.	Interval Kelas	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1.	4-5	0	0
2.	6-7	0	0,48
3.	8-9	5	0,95
4.	10-11	49	13,33
5.	12-13	127	52,38
6.	14-15	29	30,95
7.	16-17	0	1,90
8.	18-19	0	0
9.	20-21	0	0
Jumlah		210	100

Sumber: Data primer yang diolah: 2016.

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi Persepsi Biaya Pendidikan di atas dapat digambarkan dengan Histogram sebagai berikut:



Gambar 11. Histogram Persepsi Biaya Pendidikan

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan Persepsi Biaya Pendidikan. Untuk mengetahui kecenderungan masing-masing skor variabel digunakan skor ideal dari subjek penelitian sebagai kriteria perbandingan. Data variabel penelitian perlu dikategorikan dengan atauran sebagai berikut:

1) Kelompok atas/ Ranking atas

Semua responden yang mempunyai skor sebanyak rata-rata ideal ditambah dengan standar deviasi ideal ke atas ($>M_i + 1 SD_i$).

2) Kelompok sedang/ Ranking tengah

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata ideal dikurangi 1 standar deviasi ideal dan skor rata-rata idela ditambah 1 standar deviasi ideal (antara $M_i - 1SD_i$ sampai $M_i + 1SD_i$).

3) Kelompok kurang/ Ranking Bawah

Semua responden yang mempunyai skor lebih rendah dari skor rata-rata idela dikurangi 1 standar deviasi ideal ($<M_i - 1 SD_i$).

(Sudjono, 2014:176)

Sedangkan harga Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) diperoleh berdasarkan rumus berikut ini:

$$\begin{aligned} \text{Mean Ideal} &= \frac{1}{2} (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (15 + 9) \\ &= 12 \\ \text{Standar Deviasi} &= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (15 - 9) \\ &= 1 \end{aligned}$$

Berdasarkan pengkategorian tersebut maka kriteria kecenderungan variabel Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Kelompok atas/tinggi} &= > (M_i + 1 SD_i) \\ &= > (12 + 1) \\ &= > 13 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok sedang/cukup} &= (M_i - 1 SD_i) \text{ sampai dengan } (M_i + 1 SD_i) \\ &= (12 - 1) \text{ sampai dengan } (12 + 1) \\ &= 11 \text{ sampai dengan } 13 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok kurang/rendah} &= < (M_i - 1 SD_i) \\ &= < (12 - 1) \\ &= < 11 \end{aligned}$$

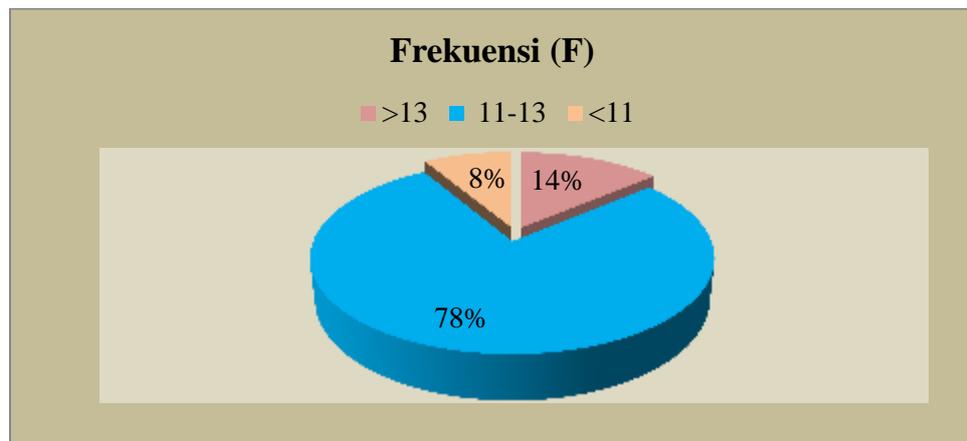
Berdasarkan perhitungan tersebut, maka diperoleh kriteria kecenderungan X_2 , sebagai berikut:

Tabel 27. Kategori kecenderungan Persepsi Biaya Pendidikan

No.	Kelas Interval	Frekuensi (F)	Frekuensi Relatif (%)	Kategori
1.	>13	29	13,81	Sangat Tinggi
2.	11-13	163	77,62	Sedang
3.	<11	18	8,57	Rendah
Jumlah		210	100	

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 29 siswa (13,81%)

berada pada Persepsi Biaya Pendidikan dalam kategori Sangat Tinggi, 163 siswa (77,62%) berada pada kategori Sedang dan hanya 18 siswa (8,57%) yang berada pada Persepsi Biaya Pendidikan dalam kategori Rendah. Berdasarkan distribusi kecenderungan frekuensi variabel Persepsi Biaya Pendidikan di atas, dapat disajikan dalam *Pie Chart* sebagai berikut:



Gambar 12. *Pie Chart* Persepsi Biaya Pendidikan

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Biaya Pendidikan siswa kelas XII Jurusan IPS SMA Negeri di Gunungkidul dalam taraf sedang.

Dari hasil analisis deskriptif yang dilakukan pada variabel-variabel penelitian ini, hasilnya dapat diringkas sebagai berikut:

Tabel 28. Ringkasan Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Max		Min		Mean		SD	
	I	E	I	E	I	E	I	E
X1	76,000	74,000	19,000	25,000	47,500	49,500	9,500	8,167
X2	20,000	15,000	5,000	9,000	12,500	12,000	2,500	1,000
Y	80,000	75,000	20,000	26,000	50,000	50,500	10,000	8,167

Keterangan:

X1 : Citra Merek (*Brand Image*)

X2 : Persepsi Biaya Pendidikan

Y : Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

I : Skor Ideal

E : Skor Empirik

Dari tabel 28, diketahui bahwa setiap variabel baik Citra Merek (*Brand Image*), Persepsi Biaya Pendidikan, maupun Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY belum ada yang mencapai nilai maksimum ideal, yang berarti belum semua responden memberikan

nilai maksimal. Hal yang sama juga terjadi pada nilai minimum, dimana tidak ada variabel yang sampai mencapai nilai minimum ideal. Sehingga dapat diartikan bahwa responden tidak benar-benar menganggap buruk setiap variabel yang diteliti. Hal ini merupakan peluang besar bagi pihak jurusan untuk lebih maksimal lagi dalam meyakinkan calon mahasiswa untuk memilih Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.

Selanjutnya dari perbandingan rerata empirik dan ideal, diketahui bahwa nilai mean empirik variabel Citra Merek (*Brand Image*) dan Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi lebih besar dari nilai mean idealnya walaupun perbedaannya tidak terlalu besar. Hal ini, juga bisa menjadi bahan evaluasi bagi pihak Prodi Pendidikan Akuntansi untuk meningkatkan Citra Merek (*Brand Image*) yang lebih unggul lagi sehingga kedepannya Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi akan lebih tinggi lagi. Berbeda dengan dua variabel yang lain, variabel Persepsi Biaya Pendidikan, justru menunjukkan nilai mean empiriknya lebih rendah dari nilai mean ideal. Hal tersebut berarti bahwa level responden dalam hal biaya rendah. Secara statistik, responden lebih banyak yang menganggap biaya pendidikan itu tinggi. Harapannya sekolah bisa bekerjasama dengan universitas untuk memberikan pemahaman terkait biaya pendidikan dan peluang beasiswa bagi mahasiswa sehingga mereka tidak terlalu khawatir akan biaya pendidikan.

Selain dari nilai maksimum, minimum, dan *mean* (rerata), dari tabel di atas juga diketahui nilai dari standar deviasi. Dimana perbandingan

standar deviasi empirik terhadap standar deviasi ideal menunjukkan tinggi rendahnya variasi skor para responden. Hasilnya nilai standar deviasi empirik dari semua variabel lebih kecil dari pada standar deviasi ideal, yang berarti skor atau variasi jawaban yang diberikan oleh responden cenderung seragam atau cenderung mirip. Hal tersebut bisa menjadi sebuah evaluasi ketika Universitas ingin mengetahui persepsi dari masyarakat akan lebih baik jika tidak diberikan secara bersama-sama agar mengurangi keseragaman dalam memberikan penilaian, dan pada akhirnya akan terlihat nilai yang lebih variatif.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data dari masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Rumus yang digunakan adalah rumus *Kolmogorov -Smirnov*. Untuk mengetahui apakah distribusi frekuensi masing-masing variabel normal atau tidak dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig.* Jika *nilai Asymp. Sig (2-tailed) <0,05* maka data tidak berdistribusi normal, sebaliknya jika *nilai Asymp. Sig (2-tailed) >0,05* maka data berdistribusi normal.

Tabel 29. Ringkasan Hasil Uji Normalitas

<i>Unstandardized Residual</i>	<i>Kolmogorov Smirnov Z</i>	<i>nilai Asymp. Sig (2-tailed)</i>	Keterangan
	1,319	0,062	Normal

Dapat dilihat bahwa pada *Asymp. Sig (2-tailed)* diperoleh hasil sebesar 0,062 >0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan prasyarat analisis regresi terpenuhi.

2. Uji Linearitas

Uji linieritas merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dapat dikatakan linier jika kenaikan skor yang terdapat di variabel bebas diikuti dengan kenaikan skor pada variabel terikat. Uji linieritas diperoleh dengan menggunakan Uji F. Kriteria untuk menilai uji linieritas yaitu apabila nilai $P > 5\%$ (0,05), maka hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Selain itu juga dilakukan penilaian dengan menggunakan Uji F, yaitu harga F_{hitung} dikonsultasikan dengan harga F_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%. Kriterianya adalah apabila F_{hitung} sama dengan atau lebih kecil dari F_{tabel} maka regresi dinyatakan linier. Sebaliknya, apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka hubungan antara masing-masing variabel bebas dan variabel terikat tidak linier.

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 21 pada lampiran Uji Asumsi Klasik, hasil pengujian linieritas yaitu sebagai berikut:

Tabel 30. Hasil Uji Linieritas

No.	Variabel		Df	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig(P)	Kesimpulan
	Bebas	Terikat					
1.	X_1	Y	32/176	0,640	1,54	0,932	Linear
2.	X_2	Y	5/203	0,237	2,26	0,946	Linear

Sumber: Data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui harga F_{hitung} dari perhitungan masing-masing variabel lebih kecil dari pada F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sehingga semua pola hubungan variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier.

- 1) Uji Linearitas variabel Citra Merek (*Brand Image*) (X_1) dengan variabel terikat yaitu Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Y) menunjukkan koefisien F_{hitung} 0,640 lebih kecil dari F_{tabel} 1,54 dengan nilai P sebesar 0,932 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Merek (*Brand Image*) mempunyai hubungan linier dengan variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.
- 2) Uji Linearitas variabel Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) dengan variabel terikat yaitu Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Y) menunjukkan koefisien F_{hitung} 0,237 lebih kecil dari F_{tabel} 2,26 dengan nilai P sebesar 0,946 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Biaya Pendidikan mempunyai hubungan linier dengan variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.

3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi ganda. Asumsi dari multikolinieritas menyatakan bahwa variabel bebas harus terbebas dari gejala multikolinieritas, apabila terjadi gejala multikolinieritas maka hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikatnya menjadi terganggu sehingga model regresi yang diperoleh tidak valid. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidanya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance Value* dan VIF.

Tabel 31. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
X ₁	0,938	1,066	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂	0,938	1,066	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah (2016)

Hasil uji multikolinieritas antar variabel bebas menunjukkan bahwa *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel bebas tidak lebih dari 10 yaitu baik pada variabel Citra Merek (*Brand Image*) maupun Persepsi Biaya Pendidikan sebesar 0,938. Selain penilaian berdasarkan nilai VIF juga menggunakan nilai *Tolerance*, dengan ketentuan nilai tolerance lebih dari 0,1 yaitu pada variabel Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan sebesar 1,066. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hasil uji dari multikolinieritas tidak menimbulkan gejala multikolinieritas antar variabel bebas dan analisis data dapat dilanjutkan ke pengujian hipotesis.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam suatu model regresi, dimana dalam satu model regresi tidak diperoleh adanya heteroskedastisitas. Perhitungan uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 21.

Pendeteksian ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan model *Glejser*, yaitu dengan cara membandingkan $\text{sig } t_{\text{hitung}}$ dengan sig yang telah dilakukan yaitu 5% (0,05). Jika $\text{sig } t_{\text{hitung}}$ lebih besar dari 0,05 maka tidak ada heteroskedastisitas, sebaliknya

apabila nilai sig t_{hitung} kurang dari 0,05 maka terdapat heteroskedastisitas.

Ringkasan hasil uji heteroskedastisitas, yaitu:

Tabel 32. Hasil Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel Bebas	t_{hitung}	Sig.	Keterangan
1.	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	1,632	0,104	Tidak terjadi heteroskedastisitas
2.	Persepsi Biaya Pendidikan	-0,674	0,501	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh hasil variabel Citra Merek (*Brand Image*) memiliki nilai sig t_{hitung} sebesar 0,104 dan Persepsi Biaya Pendidikan 0,501. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

D. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam sebuah penelitian merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah, oleh karena itu untuk membuktikan kebenaran secara terpercaya maka harus dilakukan pengujian terlebih dahulu. Pengujian hipotesis di sini menggunakan uji regresi linier sederhana, uji regresi berganda, uji t dan uji F.

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis pertama menggunakan analisis regresi sederhana yang diperoleh dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 21.

a. Membuat Persamaan Garis Regresi Linier Sederhana

Pengujian hipotesis 1 yaitu bertujuan untuk menyatakan bahwa terdapat “Pengaruh Positif dan Signifikan Variabel Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan

Akuntansi FE UNY dikalangan siswa kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016". Persamaan linier yang digunakan adalah $Y = a + bX$, dengan bantuan komputer program SPSS 21, maka dapat diperoleh hasil regresi linier sederhana sebagai berikut:

Tabel 33. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Sederhana ($X_1 - Y$)

Model Regresi X_1	Koefisien determinasi (r^2)	t_{hitung}	Sig.	Koef.	Konstanta
$X_1 - Y$	0,334	10,211	0,000	0,796	9,169

Sumber: Lampiran Uji Hipotesis Halaman

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh persamaan regresi satu prediktor sebagai berikut:

$$Y = 9,169 + 0,796X_1$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,796, yang berarti bahwa jika nilai Citra Merek (*Brand Image*) (X_1) meningkat 1 point maka nilai Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Y) dikalangan siswa kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 akan meningkat sebesar 0,796. Nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ($0,000 < 0,05$) yang berarti pengaruhnya signifikan.

b. Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 32, tentang Rangkuman Hasil Analisis Regresi Sederhana ($X_1 - Y$) diperoleh nilai $r^2_{x_1y}$ sebesar 0,334 yang berarti Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul (Y) dapat dipengaruhi oleh Citra Merek (*Brand Image*) sebesar 33,4%. Sedangkan, 66,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Serta dapat diartikan juga bahwa variabel bebas Citra Merek (*Brand Image*) dapat menjelaskan variabel terikat yang dalam hal ini yaitu Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan siswa kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 sebesar 33,4%.

c. Pengujian Signifikansi dengan Uji t

Berdasarkan tabel 32, tentang Rangkuman Hasil Analisis Regresi Sederhana ($X_1 - Y$) diperoleh t_{hitung} sebesar 10,211 lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,97149 pada taraf signifikansi 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Stud Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY adalah signifikan. Berdasarkan persamaan garis linier $Y = 9,169 + 0,796X_1$; nilai $r^2_{x_1y}$ sebesar 0,334 dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar $10,211 > 1,97149$, disimpulkan bahwa Citra Merek (*Brand Image*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 tentang pengaruh X_1 terhadap Y diterima.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis kedua menggunakan analisis regresi sederhana yang diperoleh dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 21.

a. Membuat Persamaan Garis Regresi Linier Sederhana

Pengujian hipotesis II yaitu bertujuan untuk menyatakan bahwa terdapat “Pengaruh Negatif dan Signifikan Variabel Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan siswa kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016”. Persamaan linier yang digunakan adalah $Y = a + bX$, dengan bantuan komputer program SPSS 21, maka dapat diperoleh hasil regresi linier sederhana sebagai berikut:

Tabel 34. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Sederhana (X_2 - Y)

Model Regresi X_2	Koefisien determinasi (r^2)	t_{hitung}	<i>Sig.</i>	<i>Koef.</i>	Konstanta
$X_2 - Y$	0,012	-1,563	0,120	-0,759	63,550

Sumber: Lampiran Uji Hipotesis Halaman

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh persamaan garis regresi satu prediktor sebagai berikut:

$$Y = 63,550 - 0,759X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi bernilai negatif sebesar 0,759, yang berarti bahwa jika nilai Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) meningkat 1 point maka nilai Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Y) dikalangan siswa kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016

akan menurun sebesar 0,759. Nilai signifikansi lebih besar dari *level of significant* ($0,120 > 0,05$) berarti pengaruh yang tidak signifikan.

b. Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 33, tentang Rangkuman Hasil Analisis Regresi Sederhana ($X_1 - Y$) diperoleh nilai $r^2_{x_2y}$ sebesar 0,012 yang berarti Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul (Y) dapat dipengaruhi oleh Persepsi Biaya Pendidikan sebesar 1,2%. Sedangkan 98,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Serta dapat diartikan juga bahwa variabel bebas Persepsi Biaya Pendidikan dapat menjelaskan variabel terikat yang dalam hal ini yaitu Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan siswa kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 sebesar 1,2%.

c. Pengujian Signifikansi dengan Uji t

Berdasarkan tabel 33, tentang Rangkuman Hasil Analisis Regresi Sederhana ($X_2 - Y$) diperoleh t_{hitung} sebesar -1,563 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,97149 pada taraf signifikansi 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Biaya Pendidikan bukan merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.

Berdasarkan persamaan garis linier $Y = 63,550 - 0,759X_2$; nilai $r^2_{x_2y}$ sebesar 0,012 dan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} sebesar -1,563 <

1,97149, disimpulkan bahwa Persepsi Biaya Pendidikan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa hipotesis 2 tentang pengaruh X_2 terhadap Y tidak didukung pada tingkat kepercayaan 95%.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Pengujian Hipotesis ketiga menggunakan analisis regresi ganda dengan tujuan untuk mencari pengaruh secara bersama-sama semua variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis ketiga ini menggunakan menggunakan bantuan komputer program SPSS 21.

a. Membuat Persamaan Garis Regresi Ganda Dua Prediktor

Pengujian hipotesis III yaitu bertujuan untuk menyatakan bahwa terdapat “Pengaruh Positif variabel Citra Merek (*Brand Image*), dan Persepsi Biaya Pendidikan secara bersama-sama terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016”. Persamaan linier yang digunakan adalah $Y = a_1X_1 + a_2X_2 + K$.

Dengan bantuan komputer program SPSS 21, maka dapat diperoleh hasil regresi ganda sebagai berikut:

Tabel 35. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Ganda

Variabel	Koefisien
X_1	0,809
X_2	0,268
Konstanta	5,153
$R_{y(1,2)}$	0,579
$R^2_{y(1,2)}$	0,335
F_{hitung}	52,202
F_{tabel}	3,039508
Sig F	0,000

Sumber: Lampiran Uji Hipotesis Halaman

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh persamaan regresi dua prediktor sebagai berikut:

$$Y = 0,809X_1 + 0,268X_2 + 5,153$$

Nilai koefisien X_1 sebesar 0,809 artinya apabila Citra Merek (*Brand Image*) (X_1) meningkat 1 point maka akan ada penambahan nilai pada Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 (Y) sebesar 0,809 poin dengan asumsi X_2 tetap. Begitu pula pada variabel Persepsi Biaya Pendidikan, bahwa koefisien X_2 sebesar 0,268 artinya apabila Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) meningkat 1 poin maka akan ada penambahan nilai pada Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 (Y) sebesar 0,268 dengan asumsi X_1 tetap. Jadi, Variabel Citra Merek (*Brand Image*) (X_1), dan Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di

kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016.

b. Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 34 tentang Rangkuman Hasil Analisis Regresi Ganda diperoleh nilai koefisien determinasi $R^2_{y(1,2)}$ sebesar 0,335, hal ini berarti bahwa 33,50% perubahan pada Minat Menlanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS dapat dijelaskan oleh Citra Merek (*Brand Image*) (X_1), dan Persepsi Biaya Pendidikan (X_2), sedangkan sisanya sebesar 66,50% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Pengujian Signifikansi dengan Uji F

Diperoleh F_{hitung} sebesar 52,202 lebih besar dari F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% yaitu 3,039508 yang berarti ada diantara Citra Merek (*Brand Image*), dan Persepsi Biaya Pendidikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016.

E. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif

Sumbangan relatif pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) sebesar 40,10%, dan Persepsi Biaya Pendidikan sebesar 59,90% terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY. Sumbangan efektif pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) sebesar 13,43% dan Persepsi Biaya Pendidikan sebesar 20,07% terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada

Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY. Berikut tabel yang menjelaskan sumbangan relatif dan sumbangan efektif:

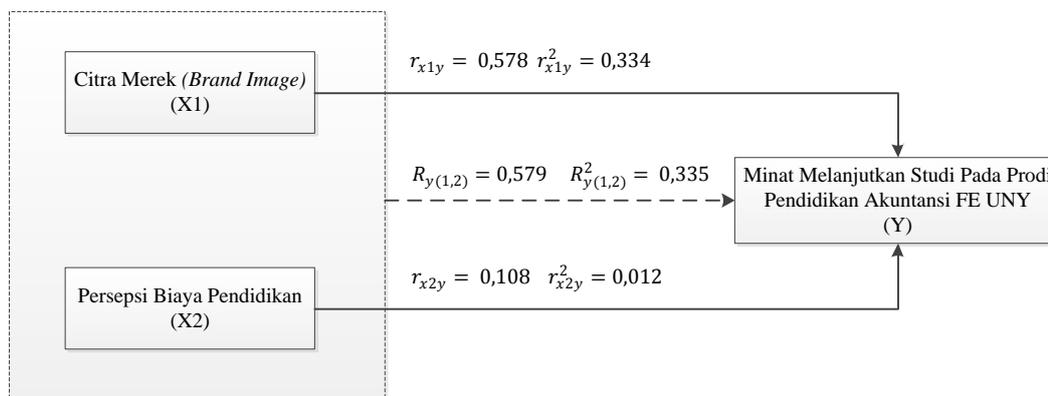
Tabel 36. Ringkasan Hasil Perhitungan Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

No.	Nama Variabel	Sumbangan	
		Relatif (%)	Efektif (%)
1.	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	40,10%	13,43%
2.	Persepsi Biaya Pendidikan	59,90%	20,07%
Total		100%	33,50%

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai sumbangan relatif untuk variabel Citra Merek (*Brand Image*) sebesar 40,10%, dan Persepsi Biaya Pendidikan 59,90%. Nilai sumbangan efektif untuk variabel Citra Merek (*Brand Image*) sebesar 13,43% dan Persepsi Biaya Pendidikan sebesar 20,07%. Secara bersama variabel Citra Merek (*Brand Image*), dan Persepsi Biaya Pendidikan memberikan sumbangan efektif 33,50% terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, sedangkan sebesar 66,50% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 secara umum dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, hasil tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 13. Ringkasan Hasil Penelitian dengan Nilai Determinasi

Keterangan:

—————▶ : Garis egresi Sederhana

- - - - -▶ : Garis egresi Ganda

r_{x_1y} : Koefisien korelasi Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY sebesar 0,578

$r_{x_1y}^2$: Koefisien determinasi Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY sebesar 0,334

r_{x_2y} : Koefisien korelasi Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY sebesar 0,108

$r_{x_2y}^2$: Koefisien determinasi Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY sebesar 0,012

$R_{y(1,2)}$: Koefisien korelasi Citra Merek (*Brand Image*), dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY sebesar 0,579

$R_{y(1,2)}^2$: Koefisien determinasi Citra Merek (*Brand Image*) dan terhadap Persepsi Biaya Pendidikan Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY sebesar 0,335

1. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) (X_1) terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Y) di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016

Indikator yang tercakup dalam variabel Citra Merek (*Brand Image*) (X_1) adalah reputasi Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY tingkat program studi, reputasi tingkat institusional, dan kinerja akademik Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY. Dari ketiga indikator tersebut yang tercakup dalam 19 butir pernyataan positif dan rata-rata 151 atau 72% responden mayoritas menyatakan setuju jika Citra Merek (*Brand Image*) merupakan variabel yang mempengaruhi minat calon mahasiswa dalam memilih Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY. Sementara itu sisanya 29 (14%) responden menyatakan sangat setuju, 27 (13%) menyatakan tidak setuju dan hanya 3 (1%) yang menyatakan sangat tidak setuju jika Citra Merek (*Brand Image*) merupakan variabel yang mempengaruhi minat calon mahasiswa untuk memilih Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.

Berdasarkan data tersebut dan dianalisis dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 21, diperoleh harga koefisien korelasi (r_{x_1y}) sebesar 0,578 dan koefisien determinasi ($r_{x_1y}^2$) sebesar 0,334. Setelah dilakukan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 10,296 pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,97149. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Citra Merek (*Brand*

Image) terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, sehingga hipotesis 1 didukung.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai Citra Merek (*Brand Image*) maka semakin tinggi pula Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, begitu sebaliknya jika semakin rendah nilai Citra Merek (*Brand Image*) terutama pada citra Prodi Pendidikan Akuntansi maka akan semakin rendah pula Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY. Hasil tersebut memperkuat deskripsi teoritik yang disampaikan oleh Buchari Alma dan Ratih Hurriyati (2009:57) bahwa ketika perguruan tinggi mampu menciptakan *image* positif, maka masyarakat dapat membuat keputusan untuk mendaftarkan putra-putri mereka masuk perguruan tinggi yang bersangkutan. Selain itu juga menguatkan teori yang dikemukakan oleh Sutisna (2001), yang menjelaskan bahwa ada beberapa manfaat apabila suatu institusi atau perusahaan menampilkan citra positif, dengan citra positif terhadap suatu produk atau jasa itulah, maka akan timbul suatu kepercayaan. Lebih lanjut lagi Aaker (dalam Vranesovic: 2003) mengemukakan bahwa “ketika *brand image* dikelola dengan abik dengan cara memberikan perhatian lebih serta penciptaan merek yang kuat, hal tersebut akan menjadikan merek suatu produk menciptakan *image* dari produk itu sendiri di benak pikiran konsumen dan menjadikan motivasi dasar bagi konsumen dalam memilih suatu produk”.

Dalam dunia pemasaran sekarang ini, merek (*brand*) telah menjadi elemen yang sangat krusial yang berkontribusi terhadap kesuksesan sebuah organisasi pemasaran, baik perusahaan bisnis maupun penyedia jasa, organisasi lokal maupun global. Sebagai salah satu organisasi penyedia jasa, khususnya dalam bidang jasa pendidikan, program studi harus dapat memberikan kekuatan asosiasi merek, dimana informasi terkait dengan nilai-nilai (kualitas, manfaat, prospek, keunggulan, kekuatan, keunikan ataupun resiko) dari program studi tersebut. Dengan kombinasi elemen-elemen tersebut dapat menciptakan *Brand Image* yang kuat bagi konsumen yang akan terasosiasi kuat dalam benak pikiran konsumen yang menyebabkan suatu produk itu mempunyai daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Hasil penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ike Mety Wulandari (2013) yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Lokasi terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi (Studi Kasus pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember)”. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh positif antara variabel *Brand Image* terhadap keputusan calon mahasiswa yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,373 dengan C.R sebesar 2,084 dan probabilitas (p) sebesar 0,037.

2. Pengaruh Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Y) di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016

Indikator tercakup dalam variabel X_2 adalah biaya pendaftaran, biaya SPP per semester dan pengeluaran yang berkenaan saat menempuh perkuliahan. Dari ketiga indikator tersebut tercakup dalam 5 item pernyataan. Indikator pertama yang dijelaskan pada item 1 dan 4. 126 responden atau sebesar 60% menyatakan setuju biaya pendaftaran tidak terjangkau dan 135 responden atau 64,29% menyatakan tidak setuju jika biaya pendaftaran bukan menjadi pertimbangan ketika akan memilih Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, sehingga bisa dikatakan biaya pendaftaran dinilai tidak terjangkau dan menjadi salah satu pertimbangan ketika akan memilih Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY. Untuk indikator kedua sebanyak 122 reponden atau 58,10% dari total responden menyatakan tidak setuju jika biaya pendidikan per semester dalam hal ini adalah SPP dengan sistem UKT tidak mahal, atau bisa dikatakan bahwa sebagian besar responden menganggap biaya SPP per semester tergolong mahal. Selanjutnya pada indikator ketiga yang dijelaskan dengan 2 item pernyataan nomor 3 dan 5, dimana responden sama-sama menyatakan setuju yaitu 117 responden atau 55,71% dan 106 reponden atau 50,48%, jika orang tua dapat memenuhi biaya kebutuhan selama kuliah dan biaya

hidup bukan menjadi salah satu penghalang yang mempengaruhi Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.

Berdasarkan data tersebut dan dianalisis dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 21, diperoleh harga koefisien korelasi (r_{x1y}) sebesar 0,108 dan koefisien determinasi (r_{x2y}^2) sebesar 0,012 dengan signifikansi sebesar 0,120 (lebih besar dari 0,05). Setelah dilakukan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar -1,563 pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,97149. Berdasarkan hasil analisis tersebut dengan desain penelitian dan sampel yang saya pilih, saya gagal menolak hipotesis yaitu bahwa terdapat pengaruh negatif namun tidak signifikan antara Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, sehingga hipotesis 2 tidak didukung untuk tingkat kepercayaan 95%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai Persepsi Biaya Pendidikan maka justru akan semakin rendah Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, begitu sebaliknya jika semakin rendah nilai Persepsi Biaya Pendidikan maka akan semakin tinggi pula Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY. Hasil tersebut memperkuat deskripsi teoritik yang disampaikan oleh Kahneman and Tversky 1979 (dalam Wirawan, 2007 dalam www.beritaiptek.com) atau yang sering disebut teori *Prospect Theory*. Menurut teori ini, reaksi individu terhadap suatu rangsangan akan lebih sensitif apabila individu tersebut merasa dirugikan dibanding ketika dia sedang merasa diuntungkan. Dalam konteks ini, konsumen dalam hal ini

adalah calon mahasiswa akan sensitif terhadap perubahan harga apabila mereka merasakan harga (biaya) sedang mahal dibandingkan ketika mereka merasakan harga sedang murah. Selain itu, menurut Agung Bawantara (2007: 5) mengemukakan bahwa “Ada 3 (tiga) pertimbangan dalam memilih program studi yaitu berdasarkan minat dan bakat, disesuaikan dengan kemampuan intelektual serta diselaraskan dengan kemampuan finansial keluarga”.

Kuliah di perguruan tinggi melibatkan berbagai komponen biaya yang cukup besar. Mulai dari uang pendaftaran, uang kuliah pokok, uang praktikum, uang buku, uang fasilitas kemahasiswaan, dan lain-lainnya. Besarnya biaya kuliah tersebut harus disesuaikan dengan sejauh mana kemampuan mereka menyekolahkan. Serta berdasar data penelitian yang diperoleh data mengenai kondisi ekonomi orang tua dimana bahwa diketahui bahwa petani merupakan pekerjaan mayoritas responden yaitu 31% dengan penghasilan dominan < Rp1.000.000 yaitu 42% diikuti 23% penghasilan orang tua responden berada pada kisaran Rp1.000.000 – Rp1.500.000. Dengan kondisi ekonomi keluarga tersebut besarnya biaya pendidikan khususnya biaya pendidikan di perguruan tinggi akan menjadi hal yang sensitif, mengingat kondisi reponden.

Hasil penelitian ini juga melemahkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Karina Pradityas Putri yang berjudul “Analisis Pengaruh *Brand Image*, Biaya Pendidikan, dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Diploma III

Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel biaya pendidikan (X_2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,107 (bertanda negatif) dengan tingkat signifikansi 0,120 ($>0,05$) dan $t_{hitung} = 2,183$, sehingga disimpulkan bahwa “Variabel Biaya Pendidikan memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Melanjutkan Studi” atau hipotesisi yang pada penelitian yang dilakukan oleh Karina Pradityas Putri dapat diterima, namun pada penelitian yang saya lakukan menunjukkan pengaruh yang negatif.

3. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) (X_1) dan Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) terhadap Minat Melanjutkan Studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Y) di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016

Berdasarkan hasil analisis regresi ganda yang diperoleh hasil koefisien korelasi ($R_{y(1,2)}$) sebesar 0,579, koefisien determinasi ($R^2_{y(1,2)}$) sebesar 0,335, sedangkan F_{hitung} sebesar 52,202 dan F_{tabel} sebesar 3,039508 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) pada taraf signifikansi 5%, nilai signifikansi ketiga variabel secara bersama-sama sebesar 0,000 dimana ($0,000 < 0,050$) hal ini berarti bahwa variabel Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, sehingga hipotesis III didukung. Semakin tinggi Citra Merek (*Brand Image*), dan Persepsi Biaya Pendidikan maka akan semakin tinggi pula Minat

Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY dan sebaliknya.

Melalui analisis regresi ganda juga dapat diketahui bahwa koefisien determinasi ($R^2_{y(1,2)}$) sebesar 0,335. Hal ini berarti bahwa 33,5% Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY dipengaruhi oleh Citra Merek (*Brand Image*), dan Persepsi Biaya Pendidikan. Sedangkan, sisanya sebesar 66,5% dipengaruhi oleh faktor lain, baik itu berasal dari dalam diri siswa maupun faktor yang berasal dari luar diri siswa yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

G. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, tetapi masih memiliki keterbatasan antara lain:

1. Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 dapat dijelaskan oleh variabel Citra Merek (*Brand Image*), dan Persepsi Biaya Pendidikan sebesar sedangkan sisanya sebesar dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa dua variabel tersebut belum dapat menjelaskan secara keseluruhan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Melanjutkan Studi, khususnya Pada Jurusan Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.
2. Dalam teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan angket untuk variabel Citra Merek (*Brand Image*), Persepsi Biaya Pendidikan, dan Minat

Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY, sehingga kemungkinan terdapat data yang bersifat subjektif, dikarenakan angket ini diisi oleh siswa sehingga kebenaran dari angket ini tergantung pada kondisi siswa dan tingkat kejujuran siswa.

3. Penelitian ini hanya dilakukan di satu jenis sekolah yaitu SMA Negeri tepatnya pada Kelas XII IPS/IIS di Gunungkidul dengan jumlah responden 210 dari total siswa kelas XII Jurusan IPS yaitu sebanyak 838 siswa, sehingga kalau penelitian ini dilaksanakan di tempat lain dan fokus pada satu sekolah atau jenis sekolah (SMA Swasta atau SMK) dimungkinkan hasilnya dapat berbeda, karena ada kemungkinan kondisi yang berbeda.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi X_1 bernilai positif sebesar 0,796 yang berarti, jika nilai Citra Merek (*Brand Image*) (X_1) meningkat 1 poin maka nilai Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 akan meningkat sebesar 0,796 dengan taraf signifikansi 5%. Nilai t_{hitung} sebesar 10,211 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,97149 yang berarti pengaruhnya signifikan.
2. Terdapat pengaruh negatif Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai negatif sebesar 0,759, yang berarti jika nilai Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) meningkat 1 poin maka nilai Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY akan menurun sebesar 0,759 dengan taraf signifikansi 5%. Nilai t_{hitung} sebesar -1,563 lebih kecil dari t_{tabel} 1,97149

yang berarti pengaruhnya tidak signifikan, sehingga bisa disimpulkan hipotesis 2 tidak didukung untuk tingkat kepercayaan 95%.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien X_1 dan X_2 masing-masing adalah (0,809 dan 0,268) artinya apabila Citra Merek (*Brand Image*) meningkat 1 poin maka akan ada penambahan nilai pada Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016 sebesar 0,809 poin, dengan asumsi X_2 tetap. Begitu pula pada variabel Persepsi Biaya Pendidikan. Jadi, variabel Citra Merek (*Brand Image*) (X_1) dan Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY di kalangan Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016. Nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ($0,000 < 0,05$) dan nilai F_{hitung} sebesar 52,202 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,039508 pada taraf signifikan 5%, nilai signifikansi kedua variabel secara bersama-sama sebesar 0,000 dimana ($0,000 < 0,05$) yang berarti pengaruhnya signifikan.
4. Sumbangan relatif pada Citra Merek (*Brand Image*) sebesar 40,10%, dan untuk Persepsi Biaya Pendidikan sebesar 61,19%. Sedangkan, sumbangan

efektif untuk variabel Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan sebesar 59,90%, dengan rincian sumbangan efektif variabel Citra Merek (*Brand Image*) 13,43% dan Persepsi Biaya Pendidikan sebesar 20,07%.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

Dalam penelitian ini diketahui bahwa pada indikator kesenangan terhadap Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY tinggi, namun tingkat ketertarikan khususnya pada item ketertarikan pada profesi guru akuntansi menjadi item yang paling rendah. Selanjutnya pada variabel Citra Merek (*Brand Image*) diketahui bahwa reputasi tingkat institusional tinggi namun pada tingkat program studi rendah khususnya dalam hal perekomendasi Prodi Pendidikan Akuntansi oleh orang-orang disekitar siswa. Selain itu, pada variabel Persepsi Biaya Pendidikan, sebagian besar siswa beranggapan bahwa biaya pendaftaran tidak terjangkau dan biaya pendidikan dengan sistem UKT masih tergolong mahal.

Berdasarkan hal tersebut, sebaiknya Prodi Pendidikan Akuntansi terus melakukan:

- a. Peningkatan promosi dengan memaksimalkan penggunaan *Public Relation*, bisa berupa publikasi, kegiatan, dan bisa dengan wujud *Comunity Involvement* (kepedulian pada masyarakat) serta *Sosial*

Investment. Dimana Prodi Pendidikan Akuntansi bisa merangkul mahasiswa yang berprestasi dan yang bisa kuliah walaupun dari keluarga yang kurang mampu di berbagai kegiatan seperti LCCA, KKN/PPL serta bisa bekerjasama dengan pihak-pihak sekolah untuk melakukan sosialisasi kepada siswa secara langsung.

- b. Memberikan pengetahuan terkait dengan sistem UKT dan peluang beasiswa yang bisa diterima ketika kuliah di Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu mengembangkan metode pengambilan sampel, dan teknik pengambilan data dengan menambahkan wawancara sehingga nantinya hasil penelitiannya dapat memberikan generalisasi yang lebih kuat. Selain itu, juga bisa memperluas jangkauan penelitian dengan menggunakan lebih banyak variabel yang akan dianalisis khususnya yaitu mengkombinasikan antara faktor intern dan ekstern dari responden khususnya faktor motivasi, agar memberikan nilai yang lebih tinggi sehingga dapat dihasilkan perbedaan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Ghozali. (Januari 2012). *Sistem Pendanaan Pendidikan di Indonesia*. Makalah disajikan dalam Seminar Nasional Ikatan Sarjana Pendidikan Indonesia, di Universitas Negeri Yogyakarta.
- Abd. Rachman Abror. (1993). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya.
- Agus M. H. (1994). *Kiat Sukses Studi di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Kanisius
- Agung Bawantara. (2007). *Lulus SMA Kuliah Dimana? Panduan Memilih Program Studi*. Jakarta: PT. Kawan Pustaka.
- Ahmad Sudrajat. (8 Oktober 2008). *Tentang Biaya Pendidikan*. Diambil dari http://www.lintas.me/go/akhmadsudrajat.wordpress.com/Sekilas_Tentang_Biaya_Pendidikan/1/, pada tanggal 1 April 2016.
- Alex Sobur. (2011). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Andiriani, Kusumawati. (2013). A Quantitative Study of the Factors Influencing Student Choice: The Case of Public University in Indonesia. *Jurnal*. Universitas Brawijaya Malang.
- Ayu Dwi Febriani. (2015). Pengaruh Persepsi Tentang Pendidikan, Lingkungan Teman Sebaya, Jenis Sekolah Dan Status Sekolah Terhadap Minat Melanjutkan Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Jenjang Pendidikan Menengah yang Bertempat Tinggal Di Desa Adiwerna Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Bilson Simamora. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Buchari Alma & Ratih Hurriyanti. (2009). *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Bunga Ika Sari. (2012). *Mengapa Memilih Jurusan Akuntansi*. (<http://bungaikasari.blogspot.com>). diakses pada 15 November 2015.
- Cho, Eunjoo. (2011). Development of a brand image scale and the impact of lovemarks on brand equity. *Graduate Thesis and Dissertations*. Iowa State University.

- Daljono. (2011). *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok & Pengendalian*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- D.D. Wirawan. (2007). *Pengaruh Harga Referendi Terhadap Perilaku Konsumen*. Diakses melalui <http://www.beritaiptek.com> pada tanggal 1 Maret 2016.
- Dede Hamdani. (Maret 2011). *Makalah Pembiayaan Pendidikan Terpadu*. Diambil pada tanggal 1 April 2016, dari <http://ekonomi.kompasiana.com/manajemen/2011/03/11/makalah-pembiayaan-pendidikan-terpadu/>
- Dedi Supriadi. (2010). *Satuan Biaya Pendidikan Dasar dan Menengah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Depdiknas. (2003). *Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*.
- _____. (2005). *Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan*.
- _____. (2008). *Peraturan Pemerintah Nomor 48 Tahun 2008 tentang Pendanaan Pendidikan*.
- Faisal Afif. (2002). *Strategi Pemasaran*. Bandung: Angkasa.
- Fuad Ihsan. (2003). *Dasar-Dasar Ilmu Kependidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Garms, Walter I. & Guthrie, James W. & Pierce, Lawrence C. (1978). *School Finance The Economics and Politics of Publik Education*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Harsono. (2007). *Pengelolaan Pembiayaan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Hermawan Kertajaya. (2000). *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ike Mety Wulandari. (2013). *Pengaruh Brand Image dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS DI Kota Jember)*. *Skripsi*. Universitas Jember.
- Kartini Kartono. (1996). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: CV. Mandar Maju.

- Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kemenkokesra & Depdiknas & Depag & DEE-1 & UDAID. (Desember 2008). *Panduan Fasilitas Perhitungan Biaya Operasi Satuan Pendidikan (BOSP) dan Penyusunan Kebijakan Decentralized Basic Education 1 Management and Governance*.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip & F.A. Fox. (1995). *Strategic Marketing for Education Institutions 2nd*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kotler, Philip & Keller K. Lane. (2009). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Lambang Tri Harmimi. (2011). Hubungan antara Motivasi Belajar, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Lingkungan Teman Sebaya dengan Minat Melanjutkan ke Perguruan Tinggi Siswa Kelas XII IPS SMA Negeri 1 Prambanan Tahun Ajaran 2010/2011. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Makmum Khairani. (2013). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja.
- Margaret Puspitarini. (2014). Tingkatkan APK Perguruan Tinggi, Ini Skenario Mendikbud. Okezone.com 22 Maret 2014. Diakses dari <http://news.okezone.com/read/2014/03/22/373/958999/tingkatkan-apk-perguruan-tinggi-ini-skenario-mendikbud>, pada 30 Desember 2015.
- Muhibbin Syah. (2005). *Psikologi Pendidikan Suatu Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muljani A. Nurhadi. (Januari 2012). *Formula Sistem Pendanaan Sekolah yang Berkeadilan*. Makalah disajikan dalam Seminar Nasional Ikatan Sarjana Pendidikan Indonesia, di Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mulyasa. (2003). *Manajemen Berbasis Sekolah (Konsep, Strategi, Implementasi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nanang Fattah. (2004). *Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nicholas Barr. (2005). *Financing Higher Education*. Volume 42 Number 2 June 2005.

- PDDIKTI. (2013). *Grafik Jumlah Perguruan Tinggi*. (<http://forlap.dikti.go.id/perguruantinggi/homegraphpt>) . Diakses pada 17 September 2015.
- Pemerintahan Kabupaten Gunungkidul. (2015). Rencana Kerja Pembangunan Daerah Kabupaten Gunungkidul Tahun 2016. (<http://bappeda.gunungkidulkab.go.id/publikasi/rkpd>). Diunduh pada 12 Desember 2015.
- Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Reinartz, Werner., Krafft Manfred., dan Hoyer Wayne. (2004). The CRM Process: Its Measurement and Impact on Performance. *Journal of Marketing Research: American Marketing Association* 41 (August), 293-305.
- Rosalina. (2010). Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan serta Pengukurannya. *Jurnal. Jurnal Bisnis dan Manajemen* Volume 6 No. 3
- Saffudin Anwar. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Santrock, John W. (2009). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sardiman. (2011). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers
- Setiadi Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Simbarjo. (2012). *Alasan saya memilih jurusan Akuntansi di Universitas Gunadarma*. (<http://danarajis.wordpress.com>). diakses pada 15 November 2015
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- _____. (2013). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- _____. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Sutisna dan Pawitra. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno Hadi. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: ANDI.
- Syaiful Bahri Djamarah. (2008). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tif. (2014). *APK Perguruan Tinggi Indonesia Di Bawah Malaysia*. Tribun Jabar 25 Maret 2014 diakses dari <http://jabar.tribunnews.com/2014/03/25/apk-perguruan-tinggi-indonesia-di-bawah-malaysia>, 30 Desember 2015.
- Tim Penyusun. (2014). *PMB UNY 2014*. (<http://pmb2014.uny.ac.id/sites/pmb2014.uny.ac.id/files/leaflet-pmb-uny-2014.pdf>). Diunduh pada 10 September 2015.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 tahun 1961 Tentang Perguruan Tinggi
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek.
- UNY. (2015). *Pengumuman*. (<http://pmb.uny.ac.id/snmptn/pengumuman.pdf>). Diakses pada 20 Desember 2015.
- UNY Comunity. (2015). PMB UNY 2015. (<http://unycommunity.com/pmb-uny-2015/>). Diakses pada 10 September 2015.
- Yoyon Bahtiar Irianto. (2012). Modul 5: *Pemasaran Pendidikan*. Diambil dari: http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._ADMINISTRASI_PENDIDIKAN/196210011991021-YOYON_BAHTIAR_IRIANTO/Modul-5-Pemasaran_Pendidikan.pdf diakses tanggal 18 September 2015.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Uji Coba Instrumen

ANGKET UJI COBA INSTRUMEN PENELITIAN

Kepada:

Siswa-Siswi Kelas XII IPS 2

SMA N 2 Wonosari Gunungkidul

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir, saya bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY” (Studi Kasus di Kalangan Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IPS SMA Negeri Tahun Ajaran 2015/2016 di Gunungkidul. Berkaitan dengan hal tersebut, disela-sela kesibukkan adik-adik belajar dan mempersiapkan diri untuk menghadapi ujian nasional, perkenankanlah saya mengharapkan keikhlasan dan kesediaan adik-adik untuk meluangkan waktu sebentar guna mengisi angket ini dengan memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Data yang adik-adik berikan akan saya jaga kerahasiaanya dan tidak akan mempengaruhi nilai akademik adik-adik. Untuk itu, saya mengharapkan adik-adik dapat memberikan jawaban dengan jujur, sesuai dengan keadaan yang sebenarnya adik-adik rasakan. Atas kesediaan, bantuan dan kerjasama adik-adik menjadi responden, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

(Karyati)

ANGKET UJI COBA INSTRUMEN PENELITIAN

Petunjuk Pengisian Angket:

1. Isilah identitas anda terlebih dahulu pada kolom yang telah disediakan dengan lengkap dan benar.
2. Bacalah setiap pernyataan yang ada dengan seksama.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan/persepsi anda dengan memberikan tanda checklist (✓) pada salah satu dari 4 (empat) alternatif jawaban pada kolom yang telah disediakan.

Alternatif Jawaban:

SS : Sangat Setuju

TS : Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Indetitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Nama Sekolah :

Pekerjaan Ayah/wali :

Buruh

PNS

Petani

Pegawai/Karyawan

Wiraswasta

Lain-lain (.....)

Penghasilan orang tua/wali dalam satu bulan :

≤ Rp 1.000.000

Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000

Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000

≥ Rp 4.000.000

Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000

Latar Belakang Tingkat Pendidikan Orang Tua (Ibu) :

SD/MI/Sederajat

SMA/MA/Sederajat

SMP/MTs/Sederajat

Perguruan Tinggi (Sarjana)

A. Angket Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE

UNY

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya menyempatkan diri untuk mencari informasi mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi UNY dari guru BK.				
2.	Saya berusaha mencari informasi mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi UNY dari berbagai media (internet, broshur, pamflet).				
3.	Saya berusaha mencari informasi mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi UNY dari kakak kelas atau tetangga yang kuliah di UNY.				
4.	Saya memiliki inisiatif terhadap kebutuhan untuk melanjutkan pendidikan setelah lulus SMA				
5.	Saya senang jika setelah lulus SMA saya diterima di Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
6.	Saya senang apabila orang tua saya menyuruh saya melanjutkan studi di Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
7.	Ada alumnus dari sekolah saya yang memberikan informasi terkait dengan Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
8.	Saya senang masuk Prodi Pendidikan Akuntansi UNY karena nantinya memiliki masa depan yang cerah				
9.	Saya kurang memperhatikan jika ada informasi mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
10.	Saya akan bertanya kepada guru tentang kemungkinan masuk ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
11.	Untuk menambah wawasan tentang Prodi Pendidikan Akuntansi UNY, saya berusaha mencari informasi dari brosur, media masa, searching internet, dll				
12.	Tanpa melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi tidak sedikit alumnus sekolah saya yang sukses dalam berkarya				
13.	Saya tidak tertarik melanjutkan ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY karena menghabiskan dana yang cukup besar				
14.	Saya tertarik untuk melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY karena banyak teman saya kuliah				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
15.	Setelah lulus dari Prodi Pendidikan Akuntansi belum tentu memberikan jaminan saya menjadi sukses dalam berkarya				
16.	Lulusan Prodi Pendidikan Akuntansi UNY tidak langsung mendapat sertifikat pendidik, sehingga saya tidak tertarik untuk melanjutkan studi.				
17.	Saya tidak tertarik untuk melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY karena banyak yang mengatakan kuliahnya sulit dan membosankan				
18.	Saya berusaha belajar dengan giat agar dapat masuk ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
19.	Saya merasa ilmu pengetahuan saya masih sedikit tentang akuntansi sehingga saya harus melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY.				
20.	Saya membutuhkan pengetahuan dan keterampilan untuk menjadi guru akuntansi sehingga perlu melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
21.	Setelah lulus SMA, orang tua berharap saya melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi khususnya jurusan kependidikan				
22.	Profesi guru akuntansi merupakan profesi yang saya cita-citakan sehingga saya harus melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi UNY.				
23.	Dunia kerja guru akuntansi saat ini menuntut pekerja dengan pendidikan yang tinggi dan bagus sehingga mendorong saya untuk melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
24.	Dengan melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi saya dapat menggapai cita-cita saya menjadi seorang guru akuntansi.				
25.	Dengan melanjutkan ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY saya berharap mendapatkan pekerjaan yang lebih layak				

B. Angket Citra Merek (*Brand Image*)

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Secara umum, saya percaya bahwa program studi Pendidikan Akuntansi di UNY memenuhi janji yang dibuat kepada mahasiswanya.				
2.	Saya percaya bahwa reputasi program studi Pendidikan Akuntansi UNY lebih baik dibandingkan program studi yang sama di universitas lain.				
3.	Saya telah mendengar banyak hal-hal baik mengenai program studi Pendidikan Akuntansi di UNY.				
4.	Menurut saya, program studi Pendidikan Akuntansi di UNY inovatif.				
5.	Ada keterlibatan program studi Pendidikan Akuntansi di UNY dalam kegiatan di masyarakat.				
6.	Program studi Pendidikan Akuntansi di UNY memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan sesuai dengan tuntutan dunia kerja.				
7.	Menurut saya, program studi Pendidikan Akuntansi di UNY memiliki rangking bagus di tingkat nasional.				
8.	Menurut saya, kuliah di program studi Pendidikan Akuntansi di UNY akan mampu meningkatkan <i>skill</i> kemampuan saya untuk mencari pekerjaan nantinya.				
9.	Secara umum, program studi Pendidikan Akuntansi di UNY memiliki reputasi bagus.				
10.	Prodi Pendidikan Akuntansi sering direkomendasikan oleh orang-orang di sekitar saya				
11.	Secara umum, saya percaya bahwa Universitas Negeri Yogyakarta memenuhi janji yang dibuat kepada mahasiswanya.				
12.	Saya percaya bahwa reputasi Universitas Negeri Yogyakarta lebih baik dibandingkan Universitas lain.				
13.	Saya telah mendengar banyak hal-hal baik mengenai Universitas Negeri Yogyakarta..				
14.	Menurut saya, Universitas Negeri Yogyakarta inovatif.				
15.	Ada keterlibatan Universitas Negeri Yogyakarta dalam kegiatan di masyarakat.				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
16.	Universitas Negeri Yogyakarta memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan sesuai dengan yang dibutuhkan dunia kerja.				
17.	Menurut saya, Universitas Negeri Yogyakarta memiliki ranking bagus di tingkat nasional.				
18.	Menurut saya, kuliah di Universitas Negeri Yogyakarta akan mampu meningkatkan <i>skill</i> kemampuan saya untuk bersaing di dunia kerja nantinya.				
19.	Secara umum, Universitas Negeri Yogyakarta memiliki reputasi bagus di kalangan masyarakat.				
20.	Menurut saya, nilai IP lulusan program studi Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta mendukung untuk mencari kerja setelah lulus.				
21.	Menurut saya sistem pendidikan di Prodi Pendidikan Akuntansi UNY didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap dan modern				
22.	Pengajar (dosen) program studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta memiliki kemampuan melakukan transformasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan baik.				
23.	Prodi Pendidikan Akuntansi membekali mahasiswanya dengan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja				
24.	Menurut saya, lulusan program studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta sebagian besar mampu terserap dalam bursa dunia kerja.				
25.	Lulusan Prodi Pendidikan Akuntansi UNY sebagian besar mampu memberikan kontribusi yang positif pada masyarakat				

C. Angket Persepsi Biaya Pendidikan

Mulai Tahun Ajaran 2013/2014 di Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) ditetapkan berdasarkan Uang Kuliah Tunggal (UKT) yang mengacu pada Permendikbud No. 55 Tahun 2013. Pada tahun ajaran 2015/2016 biaya pendidikan ini terbagi menjadi 7 (tujuh) kategori kelompok UKT yang berdasarkan dengan kemampuan penghasilan orang tua per bulannya dan

berlaku untuk semua jalur pendaftaran mahasiswa baru di UNY dengan ketentuan sebagai berikut:

No.	Kategori*	Tarif Uang Kuliah Tunggal/Semester/Mahasiswa (dalam Rupiah)		
		Kelompok A (Prodi Pendidikan, Bahasa/Sastra, Sosial dan Ekonomi)	Kelompok B (Prodi MIPA, Olahraga, Seni, Geografi dan PGSD)	Kelompok C (Prodi Teknik)
1.	I	500.000	500.000	500.000
2.	II	1.000.000	1.000.000	1.000.000
3.	II	2.400.000	2.400.000	2.400.000
4.	IV	3.145.000	3.630.000	4.235.000
5.	V	3.630.000	4.235.000	4.840.000
6.	VI	4.235.000	4.840.000	5.445.000
7.	VII	4.940.000	5.645.000	6.350.000

*Ditentukan oleh pihak Universitas berdasarkan informasi dari hasil verifikasi data (Sumber: Pengumuman No.704/UN34/TU/2015)

Selain biaya pendidikan tersebut, di awal penerimaan mahasiswa baru terdapat pula biaya pendaftaran. Sebagai pertimbangan, saya berikan nominal biaya pendaftaran pada Penerimaan Mahasiswa Baru tahun 2015 yaitu:

No.	Jalur Seleksi	Biaya Pendaftaran*	Keterangan
1.	Seleksi Berbasis Prestasi S1 dan D3	Rp 175.000,00	
2.	Ujian Tulis S1 dan D3	Rp 175.000,00 Rp 200.000,00 Rp 100.000,00 (biaya untuk uji keterampilan)	kelompok SAINTEK atau SOSHUM kelompok Campuran Untuk calon peserta yang memilih kelompok Prodi yang mensyaratkan uji keterampilan
3.	S1 Kerjasama	Rp 175.000,00	
4.	Program Kelanjutan Studi (PKS)	Rp 175.000,00	

*nominal tersebut bisa saja berubah tergantung kebijakan

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Biaya administrasi/registrasi/pendaftaran tidak terjangkau				
2.	Dengan sistem UKT saya merasa biaya pendidikan per semester tidak mahal.				
3.	Orang tua saya dapat memenuhi kebutuhan pembiayaan selama saya kuliah.				
4.	Biaya pendaftaran/registrasi menjadi bukan salah satu pertimbangan saya berminat melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
5.	Biaya perkuliahan per semester menjadi salah satu pertimbangan ketika akan memilih melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
6.	Biaya hidup bukanlah menjadi salah satu penghalang saya untuk kuliah pada Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

A. DATA HASIL UJI COBA INSTRUMEN PENELITIAN

1. Variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY

No	Butir Pernyataan Minat Melanjutkan Studi																									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	69
2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	59
3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	68
4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	1	3	3	2	3	2	3	3	2	4	2	3	2	3	68
5	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	59
6	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	69
7	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
8	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	1	3	2	2	3	4	3	2	4	4	3	4	4	4	79
9	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	56
10	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	54
11	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	35
12	2	2	2	4	2	1	2	2	2	2	2	3	3	1	4	4	3	1	1	1	2	1	1	1	2	51
13	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54
14	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	59
15	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	82
16	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	2	2	4	1	2	2	2	58
17	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	2	2	2	2	1	2	4	1	2	2	2	57
18	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	61
19	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	4	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	48
20	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	52
21	3	4	3	4	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	61

22	4	3	4	1	3	2	3	3	2	1	3	2	3	3	4	2	3	4	2	3	2	3	2	4	1	67
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	69
24	2	2	2	3	2	2	3	3	1	3	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	51
25	1	1	3	4	1	1	3	1	1	1	1	2	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	38
26	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	47
27	3	2	2	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	62
28	2	2	2	4	3	3	1	4	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	62
29	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	68
30	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	52

Keterangan:



: Butir Pernyataan Positif
 : Butir Pernyataan Negatif

2. Variabel Citra Merek (*Brand Image*)

No	Butir Pernyataan Citra Merek (<i>Brand Image</i>)																									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	62
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	80
4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
5	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	66
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	83
8	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	73
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
10	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	65

11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	58
12	2	1	2	2	2	2	3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	57
13	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	61
14	2	1	3	3	3	3	2	2	2	1	2	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	57
15	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76
16	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	70
17	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	72
18	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	69
19	3	3	2	3	3	3	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70
20	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
22	4	2	3	2	1	3	4	3	2	3	1	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	2	3	3	3	71
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
24	3	2	2	2	2	2	3	3	3	1	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	55
25	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	72
26	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	69
27	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	68
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	79
29	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
30	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	61

Keterangan:

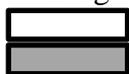


: Butir Pernyataan Positif
 : Butir Pernyataan Negatif

3. Variabel Persepsi Biaya Pendidikan

No Absen	Butir Pernyataan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	2	3	3	2	3	3	16
2	2	2	2	2	2	2	12
3	3	3	3	3	2	3	17
4	2	3	2	1	2	2	12
5	1	1	1	1	3	2	9
6	3	2	3	3	2	3	16
7	3	3	3	2	1	3	15
8	1	2	3	1	2	2	11
9	1	2	2	1	1	1	8
10	3	2	3	3	1	3	15
11	2	1	3	1	2	3	12
12	3	3	3	2	2	3	16
13	1	2	2	2	1	2	10
14	2	3	2	1	2	2	12
15	2	1	3	2	2	3	13
16	1	1	2	1	3	3	11
17	2	1	2	2	2	2	11
18	3	1	2	3	1	2	12
19	2	1	3	2	2	2	12
20	2	3	2	2	2	3	14
21	3	2	2	3	3	3	16
22	1	1	2	2	1	2	9
23	3	2	2	3	3	3	16
24	2	2	3	2	1	2	12
25	1	1	2	2	1	2	9
26	3	3	3	3	2	3	17
27	2	2	2	2	3	2	13
28	2	2	2	2	3	3	14
29	3	3	3	3	2	2	16
30	2	2	2	2	3	2	13

Keterangan:



: Butir Pernyataan Positif

: Butir Pernyataan Negatif

B. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN

1. Hasil Uji Instrumen Variabel Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidika Akuntansi FE UNY

a. Uji Validitas

Correlations		Skor_Total	Keterangan
Item_1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,811 ,000 30	Valid
Item_2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,757 ,000 30	Valid
Item_3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,602 ,000 30	Valid
Item_4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,009 ,960 30	Valid
Item_5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,769 ,000 30	Valid
Item_6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,737 ,000 30	Valid
Item_7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,559 ,001 30	Valid
Item_8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,804 ,000 30	Valid
Item_9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,220 ,243 30	Tidak Valid
Item_10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,626 ,000 30	Valid
Item_11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,874 ,000 30	Valid
Item_12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,068 ,722 30	Tidak Valid
Item_13	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,179 ,343 30	Tidak Valid

Item_14	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,546 ,002 30	Valid
Item_15	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,081 ,671 30	Tidak Valid
Item_16	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,535 ,002 30	Valid
Item_17	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,719 ,000 30	Valid
Item_18	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,838 ,000 30	Valid
Item_19	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,664 ,000 30	Valid
Item_20	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0,856 ,000 30	Valid
Item_21	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,521 ,003 30	Valid
Item_22	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,739 ,000 30	Valid
Item_23	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,803 ,000 30	Valid
Item_24	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,750 ,000 30	Valid
Item_25	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,785 ,000 30	Valid
Skor_Total	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 30	
**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)			
*. Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed)			

b. Uji Reliabilitas

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,952	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	44,30	100,562	,786	,949
Item_2	44,30	100,838	,708	,950
Item_3	44,20	103,821	,535	,952
Item_4	44,23	100,116	,757	,949
Item_5	44,43	100,944	,729	,949
Item_6	44,23	103,151	,541	,952
Item_7	44,27	99,444	,806	,948
Item_8	44,40	102,386	,613	,951
Item_9	44,33	98,989	,847	,947
Item_10	44,60	104,041	,519	,952
Item_11	44,20	105,338	,464	,953
Item_12	44,20	101,200	,680	,950
Item_13	44,43	97,564	,814	,948
Item_14	44,47	101,568	,644	,950
Item_15	44,50	98,052	,853	,947
Item_16	44,43	102,668	,466	,954
Item_17	44,83	101,316	,748	,949
Item_18	44,60	100,317	,801	,948
Item_19	44,63	100,585	,744	,949
Item_20	44,33	98,713	,764	,949

2. Hasil Uji Instrumen Variabel Citra Merek (*Brand Image*)

a. Uji Validitas

<i>Correlations</i>			Keterangan
		Skor_Total	
Item_1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,469 ,009 30	Valid
Item_2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,661 ,000 30	Valid
Item_3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,535 ,002 30	Valid
Item_4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,630 ,000 30	Valid
Item_5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,461 ,022 30	Valid
Item_6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,669 ,000 30	Valid
Item_7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,417 ,022 30	Valid
Item_8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,538 ,002 30	Valid
Item_9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,327 ,078 30	Tidak Valid
Item_10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,495 ,005 30	Valid
Item_11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,351 ,057 30	Tidak Valid
Item_12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,584 ,001 30	Valid
Item_13	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,266 ,155 30	Tidak Valid

Item_14	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,419 ,021 30	Valid
Item_15	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,279 ,135 30	Tidak Valid
Item_16	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,464 ,010 30	Valid
Item_17	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,502 ,005 30	Valid
Item_18	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,612 ,000 30	Valid
Item_19	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,353 ,056 30	Tidak Valid
Item_20	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,406 ,026 30	Valid
Item_21	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,623 ,000 30	Valid
Item_22	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,277 ,139 30	Tidak Valid
Item_23	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,521 ,003 30	Valid
Item_24	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,709 ,000 30	Valid
Item_25	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,686 ,000 30	Valid
Skor_Total	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 30	
**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)			
*. Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed)			

b. Uji Reliabilitas

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	19

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	49,27	37,375	,487	,868
Item_2	49,60	35,076	,619	,862
Item_3	49,47	36,878	,550	,866
Item_4	49,37	36,723	,609	,864
Item_5	49,50	38,121	,317	,874
Item_6	49,30	36,286	,728	,861
Item_7	49,30	37,528	,447	,869
Item_8	49,43	37,013	,538	,866
Item_9	49,63	36,171	,419	,872
Item_10	49,40	36,524	,391	,873
Item_11	48,93	38,409	,314	,873
Item_12	49,10	38,645	,341	,872
Item_13	49,20	38,028	,327	,874
Item_14	49,27	36,823	,458	,869
Item_15	49,17	39,040	,237	,876
Item_16	49,30	35,803	,636	,862
Item_17	49,27	36,892	,563	,865
Item_18	49,40	36,110	,693	,861
Item_19	49,30	35,941	,689	,861

3. Hasil Uji Instrumen Variabel Persepsi Biaya Pendidikan

a. Uji Validitas

<i>Correlations</i>		Skor_Total	Keterangan
Item_1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,874 ,000 30	Valid
Item_2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,621 ,000 30	Valid
Item_3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,550 ,002 30	Valid
Item_4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,682 ,000 30	Valid
Item_5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,321 ,084 30	Tidsk Valid
Item_6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,732 ,000 30	Valid
Skor_Total	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 30	Valid
**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)			
*. Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed)			

b. Uji Reliabilitas

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	8,87	3,292	,811	,614
Item_2	8,97	4,240	,383	,789
Item_3	8,57	4,599	,491	,743
Item_4	8,93	3,995	,554	,720
Item_5	8,53	4,533	,515	,736

Lampiran 3. Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN

Kepada:

Siswa-Siswi Kelas XII

SMA Negeri di Kabupaten Gunungkidul

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir, saya bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY” (Studi Kasus di Kalangan Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IPS SMA Negeri Tahun Ajaran 2015/2016 di Gunungkidul). Berkaitan dengan hal tersebut, disela-sela kesibukkan adik-adik belajar dan mempersiapkan diri untuk menghadapi ujian nasional, perkenankanlah saya mengharapkan keikhlasan dan kesediaan adik-adik untuk meluangkan waktu sebentar guna mengisi angket ini dengan memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Data yang adik-adik berikan akan saya jaga kerahasiaannya dan tidak akan mempengaruhi nilai akademik adik-adik. Untuk itu, saya mengharapkan adik-adik dapat memberikan jawaban dengan jujur, sesuai dengan keadaan yang sebenarnya adik-adik rasakan. Atas kesediaan, bantuan dan kerjasama adik-adik menjadi responden, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

(Karyati)

ANGKET PENELITIAN

Petunjuk Pengisian Angket:

1. Isilah identitas anda terlebih dahulu pada kolom yang telah disediakan dengan lengkap dan benar.
2. Bacalah setiap pernyataan yang ada dengan seksama.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan/persepsi anda dengan memberikan tanda checklist (✓) pada salah satu dari 4 (empat) alternatif jawaban pada kolom yang telah disediakan.

Alternatif Jawaban:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Nama Sekolah :

Pekerjaan Ayah/wali :

Buruh

PNS

Petani

Pegawai/Karyawan

Wiraswasta

Lain-lain (.....)

Penghasilan orang tua/wali dalam satu bulan :

≤ Rp 1.000.000

Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000

Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000

≥ Rp 4.000.000

Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000

Latar Belakang Tingkat Pendidikan Orang Tua (Ibu) :

SD/MI/Sederajat

SMA/MA/Sederajat

SMP/MTs/Sederajat

Perguruan Tinggi (Sarjana)

**A. Angket Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE
UNY**

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya menyempatkan diri untuk mencari informasi mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi UNY dari guru BK.				
2.	Saya berusaha mencari informasi mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi UNY dari berbagai media (internet, brosur, pamflet).				
3.	Saya berusaha mencari informasi mengenai Prodi Pendidikan Akuntansi UNY dari kakak kelas atau tetangga yang kuliah di UNY.				
4.	Saya senang jika setelah lulus SMA saya diterima di Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
5.	Saya senang apabila orang tua saya menyuruh saya melanjutkan studi di Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
6.	Ada alumnus dari sekolah saya yang memberikan informasi terkait dengan Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
7.	Saya senang masuk Prodi Pendidikan Akuntansi UNY karena nantinya memiliki masa depan yang cerah				
8.	Saya akan bertanya kepada guru tentang kemungkinan masuk ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
9.	Untuk menambah wawasan tentang Prodi Pendidikan Akuntansi UNY, saya berusaha mencari informasi dari brosur, media masa, searching internet, dll				
10.	Saya tertarik untuk melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY karena banyak teman saya kuliah				
11.	Lulusan Prodi Pendidikan Akuntansi UNY tidak langsung mendapat sertifikat pendidik, sehingga saya tidak tertarik untuk melanjutkan studi.				
12.	Saya tidak tertarik untuk melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY karena banyak yang mengatakan kuliahnya sulit dan membosankan				
13.	Saya berusaha belajar dengan giat agar dapat masuk ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
14.	Saya merasa ilmu pengetahuan saya masih sedikit tentang akuntansi sehingga saya harus melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY.				
15.	Saya membutuhkan pengetahuan dan keterampilan untuk menjadi guru akuntansi sehingga perlu melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
16.	Setelah lulus SMA, orang tua berharap saya melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi khususnya jurusan kependidikan				
17.	Profesi guru akuntansi merupakan profesi yang saya cita-citakan sehingga saya harus melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi UNY.				
18.	Dunia kerja guru akuntansi saat ini menuntut pekerja dengan pendidikan yang tinggi dan bagus sehingga mendorong saya untuk melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
19.	Dengan melanjutkan studi ke Prodi Pendidikan Akuntansi saya dapat menggapai cita-cita saya menjadi seorang guru akuntansi.				
20.	Dengan melanjutkan ke Prodi Pendidikan Akuntansi UNY saya berharap mendapatkan pekerjaan yang lebih layak				

B. Angket Citra Merek (*Brand Image*)

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Secara umum, saya percaya bahwa program studi Pendidikan Akuntansi di UNY memenuhi janji yang dibuat kepada mahasiswanya.				
2.	Saya percaya bahwa reputasi program studi Pendidikan Akuntansi UNY lebih baik dibandingkan program studi yang sama di universitas lain.				
3.	Saya telah mendengar banyak hal-hal baik mengenai program studi Pendidikan Akuntansi di UNY.				
4.	Menurut saya, program studi Pendidikan Akuntansi di UNY inovatif.				
5.	Ada keterlibatan program studi Pendidikan Akuntansi di UNY dalam kegiatan di masyarakat.				
6.	Program studi Pendidikan Akuntansi di UNY memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan sesuai dengan tuntutan dunia kerja.				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
7.	Menurut saya, program studi Pendidikan Akuntansi di UNY memiliki rangking bagus di tingkat nasional.				
8.	Menurut saya, kuliah di program studi Pendidikan Akuntansi di UNY akan mampu meningkatkan <i>skill</i> kemampuan saya untuk mencari pekerjaan nantinya.				
9.	Prodi Pendidikan Akuntansi sering direkomendasikan oleh orang-orang di sekitar saya				
10.	Saya percaya bahwa reputasi Universitas Negeri Yogyakarta lebih baik dibandingkan Universitas lain.				
11.	Menurut saya, Universitas Negeri Yogyakarta inovatif.				
12.	Universitas Negeri Yogyakarta memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan sesuai dengan yang dibutuhkan dunia kerja.				
13.	Menurut saya, Universitas Negeri Yogyakarta memiliki rangking bagus di tingkat nasional.				
14.	Menurut saya, kuliah di Universitas Negeri Yogyakarta akan mampu meningkatkan <i>skill</i> kemampuan saya untuk bersaing di dunia kerja nantinya.				
15.	Menurut saya, nilai IP lulusan program studi Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta mendukung untuk mencari kerja setelah lulus.				
16.	Menurut saya sistem pendidikan di Prodi Pendidikan Akuntansi UNY didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap dan modern				
17.	Prodi Pendidikan Akuntansi membekali mahasiswanya dengan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja				
18.	Menurut saya, lulusan program studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta sebagian besar mampu terserap dalam bursa dunia kerja.				
19.	Lulusan Prodi Pendidikan Akuntansi UNY sebagian besar mampu memberikan kontribusi yang positif pada masyarakat				

C. Angket Persepsi Biaya Pendidikan

Mulai Tahun Ajaran 2013/2014 di Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) ditetapkan berdasarkan Uang Kuliah Tunggal (UKT) yang mengacu pada Permendikbud No. 55 Tahun 2013. Pada tahun ajaran 2015/2016 biaya pendidikan ini terbagi menjadi 7 (tujuh) kategori kelompok UKT yang berdasarkan dengan kemampuan penghasilan orang tua per bulannya dan berlaku untuk semua jalur pendaftaran mahasiswa baru di UNY dengan ketentuan sebagai berikut:

No.	Kategori*	Tarif Uang Kuliah Tunggal/Semester/Mahasiswa (dalam Rupiah)		
		Kelompok A (Prodi Pendidikan, Bahasa/Sastra, Sosial dan Ekonomi)	Kelompok B (Prodi MIPA, Olahraga, Seni, Geografi dan PGSD)	Kelompok C (Prodi Teknik)
1.	I	500.000	500.000	500.000
2.	II	1.000.000	1.000.000	1.000.000
3.	II	2.400.000	2.400.000	2.400.000
4.	IV	3.145.000	3.630.000	4.235.000
5.	V	3.630.000	4.235.000	4.840.000
6.	VI	4.235.000	4.840.000	5.445.000
7.	VII	4.940.000	5.645.000	6.350.000

*Ditentukan oleh pihak Universitas berdasarkan informasi dari hasil verifikasi data (Sumber: Pengumuman No.704/UN34/TU/2015)

Selain biaya pendidikan tersebut, di awal penerimaan mahasiswa baru terdapat pula biaya pendaftaran. Sebagai pertimbangan, saya berikan nominal biaya pendaftaran pada Penerimaan Mahasiswa Baru tahun 2015 yaitu:

No.	Jalur Seleksi	Biaya Pendaftaran*	Keterangan
1.	Seleksi Berbasis Prestasi S1 dan D3	Rp 175.000,00	
2.	Ujian Tulis S1 dan D3	Rp 175.000,00 Rp 200.000,00 Rp 100.000,00 (biaya untuk uji keterampilan)	kelompok SAINTEK atau SOSHUM kelompok Campuran Untuk calon peserta yang memilih kelompok Prodi yang mensyaratkan uji keterampilan
3.	S1 Kerjasama	Rp 175.000,00	
4.	Program Kelanjutan Studi (PKS)	Rp 175.000,00	

*nominal tersebut bisa saja berubah tergantung kebijakan

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Biaya administrasi/registrasi/pendaftaran tidak terjangkau				
2.	Dengan sistem UKT saya merasa biaya pendidikan per semester tidak mahal.				
3.	Orang tua saya dapat memenuhi kebutuhan pembiayaan selama saya kuliah.				
4.	Biaya pendaftaran/registrasi menjadi bukan salah satu pertimbangan saya berminat melanjutkan studi pada Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				
5.	Biaya hidup bukanlah menjadi salah satu penghalang saya untuk kuliah pada Prodi Pendidikan Akuntansi UNY				

Lampiran 4. Ringkasan Data

A. DATA RESPONDEN PENELITIAN

No.	Jenis Kelamin	Asal Sekolah	Pekerjaan Ayah	Penghasilan Orang Tua	Pendidikan Ibu
1	Laki-laki	SMA N 1 Rongkop	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
2	Perempuan	SMA N 1 Rongkop	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
3	Perempuan	SMA N 1 Rongkop	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
4	Perempuan	SMA N 1 Rongkop	PNS	≥ Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
5	Perempuan	SMA N 1 Rongkop	Pegawai/Karyawan	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
6	Perempuan	SMA N 1 Rongkop	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
7	Perempuan	SMA N 1 Rongkop	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
8	Laki-laki	SMA N 1 Rongkop	Lain-Lain	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMP/MTs/Sederajat
9	Perempuan	SMA N 1 Rongkop	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
10	Laki-laki	SMA N 1 Rongkop	Petani	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
11	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Petani	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
12	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Lain-Lain	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SD/MI/Sederajat
13	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Petani	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
14	Laki-laki	SMA N 1 Karangmojo	Wiraswasta	≥ Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
15	Laki-laki	SMA N 1 Karangmojo	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
16	Laki-laki	SMA N 1 Karangmojo	PNS	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
17	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
18	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Wiraswasta	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
19	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
20	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
21	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMP/MTs/Sederajat

22	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
23	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Lain-Lain	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
24	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
25	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Petani	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
26	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Buruh	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SD/MI/Sederajat
27	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	Petani	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
28	Laki-laki	SMA N 1 Karangmojo	Petani	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
29	Laki-laki	SMA N 1 Karangmojo	Petani	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SD/MI/Sederajat
30	Laki-laki	SMA N 1 Karangmojo	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
31	Laki-laki	SMA N 1 Karangmojo	Wiraswasta	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMP/MTs/Sederajat
32	Perempuan	SMA N 1 Karangmojo	PNS	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
33	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	PNS	≥ Rp4.000.000	Sarjana
34	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	Buruh	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
35	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMP/MTs/Sederajat
36	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	Wiraswasta	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
37	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	PNS	≥ Rp4.000.000	Sarjana
38	Laki-laki	SMA N 1 Wonosari	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
39	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
40	Laki-laki	SMA N 1 Wonosari	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
41	Laki-laki	SMA N 1 Wonosari	Wiraswasta	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
42	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	Wiraswasta	≥ Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
43	Laki-laki	SMA N 1 Wonosari	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
44	Laki-laki	SMA N 1 Wonosari	Pegawai/Karyawan	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
45	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMP/MTs/Sederajat

46	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
47	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
48	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	Pegawai/Karyawan	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
49	Laki-laki	SMA N 1 Wonosari	Pegawai/Karyawan	\geq Rp4.000.000	Sarjana
50	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	Wiraswasta	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMP/MTs/Sederajat
51	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	Pegawai/Karyawan	\geq Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
52	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	PNS	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	Sarjana
53	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	Wiraswasta	\leq Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
54	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMP/MTs/Sederajat
55	Perempuan	SMA N 1 Wonosari	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
56	Perempuan	SMA N 1 Semin	Lain-Lain	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	Sarjana
57	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
58	Perempuan	SMA N 1 Semin	Buruh	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
59	Perempuan	SMA N 1 Semin	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
60	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
61	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
62	Perempuan	SMA N 1 Semin	Lain-Lain	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
63	Perempuan	SMA N 1 Semin	Wiraswasta	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
64	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
65	Perempuan	SMA N 1 Semin	Buruh	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
66	Perempuan	SMA N 1 Semin	PNS	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
67	Laki-laki	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
68	Laki-laki	SMA N 1 Semin	Lain-Lain	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
69	Laki-laki	SMA N 1 Semin	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat

70	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
71	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
72	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
73	Laki-laki	SMA N 1 Semin	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
74	Laki-laki	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
75	Perempuan	SMA N 1 Semin	Buruh	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
76	Perempuan	SMA N 1 Semin	Buruh	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
77	Laki-laki	SMA N 1 Semin	Wiraswasta	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
78	Laki-laki	SMA N 1 Semin	Lain-Lain	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
79	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
80	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
81	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
82	Perempuan	SMA N 1 Semin	Petani	\leq Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
83	Perempuan	SMA N 1 Semin	Pegawai/Karyawan	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	Sarjana
84	Perempuan	SMA N 1 Semin	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
85	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	Petani	\leq Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
86	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	Wiraswasta	\geq Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
87	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	Lain-Lain	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
88	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
89	Laki-laki	SMA N 2 Wonosari	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
90	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	PNS	\geq Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
91	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	Pegawai/Karyawan	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
92	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	Lain-Lain	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
93	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMP/MTs/Sederajat

94	Laki-laki	SMA N 2 Wonosari	Wiraswasta	\geq Rp4.000.000	Sarjana
95	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	Wiraswasta	\leq Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
96	Laki-laki	SMA N 2 Wonosari	PNS	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	Sarjana
97	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	PNS	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
98	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
99	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	Buruh	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMP/MTs/Sederajat
100	Perempuan	SMA N 2 Wonosari	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
101	Perempuan	SMA N 1 Semanu	PNS	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
102	Perempuan	SMA N 1 Semanu	Lain-Lain	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
103	Laki-laki	SMA N 1 Semanu	Petani	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
104	Laki-laki	SMA N 1 Semanu	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
105	Perempuan	SMA N 1 Semanu	PNS	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMP/MTs/Sederajat
106	Laki-laki	SMA N 1 Semanu	Wiraswasta	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SD/MI/Sederajat
107	Perempuan	SMA N 1 Semanu	Petani	\leq Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
108	Perempuan	SMA N 1 Semanu	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMP/MTs/Sederajat
109	Laki-laki	SMA N 1 Semanu	Wiraswasta	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
110	Perempuan	SMA N 1 Semanu	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
111	Laki-laki	SMA N 1 Semanu	Wiraswasta	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
112	Perempuan	SMA N 1 Semanu	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
113	Perempuan	SMA N 1 Semanu	Lain-Lain	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMP/MTs/Sederajat
114	Laki-laki	SMA N 1 Semanu	Buruh	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
115	Laki-laki	SMA N 1 Semanu	Lain-Lain	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
116	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Lain-Lain	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMP/MTs/Sederajat
117	Laki-laki	SMA N 1 Patuk	Petani	\leq Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat

118	Laki-laki	SMA N 1 Patuk	PNS	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
119	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Buruh	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
120	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Petani	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SD/MI/Sederajat
121	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Buruh	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
122	Laki-laki	SMA N 1 Patuk	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
123	Laki-laki	SMA N 1 Patuk	Petani	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
124	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
125	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
126	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Buruh	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SD/MI/Sederajat
127	Laki-laki	SMA N 1 Patuk	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
128	Laki-laki	SMA N 1 Patuk	Buruh	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
129	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Buruh	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
130	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Buruh	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
131	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
132	Laki-laki	SMA N 1 Patuk	Buruh	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
133	Laki-laki	SMA N 1 Patuk	Petani	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
134	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
135	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Petani	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
136	Perempuan	SMA N 1 Patuk	Petani	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMP/MTs/Sederajat
137	Perempuan	SMA N 2 Playen	Petani	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
138	Perempuan	SMA N 2 Playen	Wiraswasta	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
139	Perempuan	SMA N 2 Playen	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
140	Laki-laki	SMA N 2 Playen	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
141	Laki-laki	SMA N 2 Playen	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SD/MI/Sederajat

142	Laki-laki	SMA N 2 Playen	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
143	Laki-laki	SMA N 2 Playen	PNS	\geq Rp4.000.000	Sarjana
144	Perempuan	SMA N 2 Playen	Wiraswasta	\leq Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
145	Perempuan	SMA N 2 Playen	PNS	\geq Rp4.000.000	Sarjana
146	Laki-laki	SMA N 2 Playen	Buruh	\leq Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
147	Perempuan	SMA N 2 Playen	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
148	Laki-laki	SMA N 2 Playen	Buruh	\leq Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
149	Perempuan	SMA N 2 Playen	Petani	\leq Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
150	Perempuan	SMA N 2 Playen	Petani	\leq Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
151	Perempuan	SMA N 2 Playen	Buruh	\leq Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
152	Perempuan	SMA N 2 Playen	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
153	Perempuan	SMA N 2 Playen	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
154	Perempuan	SMA N 2 Playen	Wiraswasta	\leq Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
155	Perempuan	SMA N 2 Playen	Wiraswasta	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	Sarjana
156	Perempuan	SMA N 2 Playen	Wiraswasta	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMP/MTs/Sederajat
157	Laki-laki	SMA N 2 Playen	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
158	Laki-laki	SMA N 2 Playen	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
159	Laki-laki	SMA N 2 Playen	Lain-Lain	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	Sarjana
160	Perempuan	SMA N 2 Playen	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
161	Laki-laki	SMA N 2 Playen	PNS	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SD/MI/Sederajat
162	Laki-laki	SMA N 2 Playen	Petani	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMP/MTs/Sederajat
163	Laki-laki	SMA N 2 Playen	Petani	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	Sarjana
164	Perempuan	SMA N 2 Playen	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
165	Perempuan	SMA N 2 Playen	PNS	\geq Rp4.000.000	Sarjana

166	Laki-laki	SMA N 2 Playen	Petani	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
167	Perempuan	SMA N 2 Playen	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
168	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Wiraswasta	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	Sarjana
169	Laki-laki	SMA N 1 Tanjungsari	Buruh	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
170	Laki-laki	SMA N 1 Tanjungsari	PNS	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMP/MTs/Sederajat
171	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Pegawai/Karyawan	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
172	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Lain-Lain	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
173	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Petani	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
174	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Wiraswasta	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
175	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
176	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
177	Laki-laki	SMA N 1 Tanjungsari	Buruh	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
178	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Buruh	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
179	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMP/MTs/Sederajat
180	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Petani	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
181	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Petani	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
182	Laki-laki	SMA N 1 Tanjungsari	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
183	Laki-laki	SMA N 1 Tanjungsari	Buruh	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
184	Perempuan	SMA N 1 Tanjungsari	Lain-Lain	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
185	Laki-laki	SMA N 1 Panggang	Petani	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
186	Laki-laki	SMA N 1 Panggang	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
187	Laki-laki	SMA N 1 Panggang	Buruh	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
188	Laki-laki	SMA N 1 Panggang	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
189	Perempuan	SMA N 1 Panggang	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat

190	Laki-laki	SMA N 1 Panggang	PNS	Rp2.500.000 - Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
191	Laki-laki	SMA N 1 Panggang	Wiraswasta	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
192	Laki-laki	SMA N 1 Panggang	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
193	Laki-laki	SMA N 1 Panggang	Pegawai/Karyawan	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SD/MI/Sederajat
194	Perempuan	SMA N 1 Panggang	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
195	Laki-laki	SMA N 1 Panggang	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
196	Laki-laki	SMA N 1 Panggang	PNS	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMP/MTs/Sederajat
197	Perempuan	SMA N 1 Panggang	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
198	Perempuan	SMA N 1 Panggang	Petani	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
199	Perempuan	SMA N 1 Panggang	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
200	Perempuan	SMA N 1 Playen	Petani	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
201	Perempuan	SMA N 1 Playen	Lain-Lain	≥ Rp4.000.000	SMA/MA/Sederajat
202	Laki-laki	SMA N 1 Playen	Petani	≤ Rp1.000.000	SMP/MTs/Sederajat
203	Laki-laki	SMA N 1 Playen	Pegawai/Karyawan	≤ Rp1.000.000	Sarjana
204	Laki-laki	SMA N 1 Playen	PNS	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMA/MA/Sederajat
205	Laki-laki	SMA N 1 Playen	Petani	≤ Rp1.000.000	SMA/MA/Sederajat
206	Laki-laki	SMA N 1 Playen	Lain-Lain	≥ Rp4.000.000	Sarjana
207	Perempuan	SMA N 1 Playen	PNS	Rp1.500.000 - Rp2.500.000	SMP/MTs/Sederajat
208	Laki-laki	SMA N 1 Playen	Pegawai/Karyawan	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	SMA/MA/Sederajat
209	Laki-laki	SMA N 1 Playen	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat
210	Perempuan	SMA N 1 Playen	Petani	≤ Rp1.000.000	SD/MI/Sederajat

24	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	66
25	3	3	2	4	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
26	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	55
27	4	3	2	3	4	1	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	61
28	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	47
29	3	3	3	2	2	1	1	2	2	1	3	3	1	2	3	1	2	1	2	2	40
30	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	52
31	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	57
32	4	4	2	4	3	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	63
33	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	46
34	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	57
35	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	41
36	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	42
37	2	3	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	49
38	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	61
39	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	59
40	4	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3	2	2	3	2	3	61
41	2	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	65
42	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	40
43	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	48
44	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	58
45	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2	47
46	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	2	3	2	3	50
47	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	47
48	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	49
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
50	2	3	2	1	1	3	1	1	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	43

51	2	3	2	3	4	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	46
52	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	4	3	2	2	2	3	4	42
53	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	51
54	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
55	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	46
56	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	49
57	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	46
58	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	56
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	53
60	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	55
61	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	58
62	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	55
63	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	42
64	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	44
65	3	3	3	4	2	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	54
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	64
67	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	70
68	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	52
69	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	47
70	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	43
71	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	43
72	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	43
73	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	55
74	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	70
75	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	59
76	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56
77	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	43

78	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	62
79	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	66
80	3	3	3	4	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	57
81	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	2	3	2	4	63
82	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	2	2	2	2	53
83	4	3	2	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	69
84	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	61
85	2	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	69
86	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	48
87	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	63
88	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	70
89	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	52
90	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	59
91	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	3	48
92	3	4	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	56
93	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
94	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	1	2	36
95	3	3	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	1	2	3	1	1	2	2	3	46
96	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	55
97	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	45
98	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	45
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	59
100	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	54
101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	59
102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	58
103	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	3	62
104	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	47

105	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	66
106	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	56
107	3	3	2	4	4	2	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	65
108	3	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	59
109	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	53
110	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	73
111	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	58
112	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	57
113	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	60
114	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	1	2	2	2	3	51
115	3	3	4	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	56
116	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	69
117	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	54
118	2	2	2	2	1	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	2	44
119	3	4	4	3	4	2	4	3	3	2	4	4	3	2	1	2	1	1	1	4	55
120	1	1	1	2	1	1	3	2	3	1	2	2	3	2	1	2	1	2	1	3	35
121	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	62
122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
123	3	2	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	55
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	60
126	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
127	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
128	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
129	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	60
130	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	55
131	1	1	2	3	3	2	3	2	1	1	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	37

132	3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	51
133	3	3	2	4	3	2	3	2	4	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	53
134	1	1	2	3	3	2	3	2	1	1	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	37
135	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	59
136	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
137	2	4	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	53
138	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40
139	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	41
140	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	3	3	1	2	3	2	3	54
141	3	3	2	4	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	54
142	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	54
143	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	2	48
144	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	71
145	1	1	1	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	4	2	3	2	3	43
146	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	42
147	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	56
148	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	48
149	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	53
150	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	62
151	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	49
152	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	47
153	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	57
154	4	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	4	2	2	2	3	55
155	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	55
156	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	47
157	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	52
158	3	2	1	1	3	2	2	1	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	40

186	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	1	2	3	3	3	2	3	3	3	4	59
187	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	50
188	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	49
189	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
190	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	51
191	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	65
192	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	43
193	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	3	2	2	2	3	51
194	3	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	60
195	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	57
196	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	64
197	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	50
198	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	45
199	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	47
200	2	2	4	2	2	2	2	2	3	1	2	4	2	2	2	3	1	2	2	1	43
201	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	1	3	2	3	60
202	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	41
203	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	1	3	2	2	2	3	35
204	2	2	2	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	4	2	1	1	3	4	52
205	3	3	4	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	52
206	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	74
207	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	43
208	3	2	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	2	3	60	
209	3	3	3	3	1	3	3	2	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	48
210	3	3	1	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
Jml	570	587	553	626	585	541	623	589	604	497	578	590	580	573	566	585	487	536	520	608	11398

Keterangan:



: Butir Pernyataan Positif



: Butir Pernyataan Negatif

2. VARIABEL CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*)

No.	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)																			Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
1	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	62
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	60
4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56
5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	59
6	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
7	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	64
8	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	62
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
10	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56
12	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	55

32	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
35	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
36	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	51
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	61
38	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56
39	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	51
40	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	53
41	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	61
42	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	51
43	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	55
44	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
45	4	4	2	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	63
46	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	63
47	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	52
48	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
50	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	60

70	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	52
71	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	52
72	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	52
73	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	60
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	69
75	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	65
76	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	60
77	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	56
78	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
79	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	64
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
81	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
83	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	61
84	3	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	69
85	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	65
86	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	59
88	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	62

89	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
90	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
91	3	2	3	3	3	3	2	2	4	1	3	2	3	2	3	3	2	3	50
92	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	70
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	58
94	1	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	55
95	3	2	2	3	3	3	2	4	1	2	3	3	2	3	2	4	3	3	51
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
97	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	49
98	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	53
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	62
100	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	56
101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	60
102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
103	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	62
104	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	57
105	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	59
106	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	53
107	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	63

146	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	44	
147	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	63	
148	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	54	
149	4	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	56	
150	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	60	
151	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56	
152	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	55
153	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	57	
154	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	63	
155	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	
156	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	51	
157	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	48
158	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	52	
159	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56	
160	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	55	
161	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	52	
162	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	56
163	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	59	
164	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	42

165	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	55
166	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	25
167	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	55
168	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
169	1	1	2	3	4	4	2	1	3	1	4	1	2	1	1	3	3	1	2	40	
170	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	53	
171	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	
172	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	61	
173	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57	
174	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	58	
175	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	52	
176	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	49	
177	2	1	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	63	
178	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	63	
179	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	61	
180	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	4	3	52	
181	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57	
182	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	63	
183	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	61	

203	3	2	2	1	3	1	3	2	2	3	1	3	3	1	1	1	1	2	1	36
204	3	2	3	2	3	2	4	4	2	3	4	2	4	3	4	3	2	3	4	57
205	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	4	1	3	44
206	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	70
207	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
208	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	65
209	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	4	3	3	3	3	3	56
210	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
	620	590	596	620	619	618	629	636	572	602	667	642	653	642	651	646	640	622	63 8	1190 3

3. VARIABEL PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN

No.	Persepsi Biaya Pendidikan					Skor Total
	1	2	3	4	5	
1	3	2	2	2	2	11
2	1	3	1	2	3	10
3	3	2	3	2	3	13
4	3	2	3	3	2	13
5	3	2	3	2	3	13
6	3	2	2	2	2	11
7	2	2	3	2	2	11
8	3	2	2	2	2	11
9	3	2	3	2	3	13
10	2	2	2	2	2	10
11	2	3	2	2	3	12
12	3	3	3	2	2	13
13	2	2	3	2	2	11
14	2	3	2	2	2	11
15	2	2	3	3	2	12
16	2	2	2	2	3	11
17	2	2	3	3	2	12
18	2	3	2	3	2	12
19	2	2	3	2	2	11
20	3	3	2	2	3	13
21	3	3	2	2	3	13
22	3	3	2	2	2	12
23	2	2	3	2	2	11
24	3	2	4	2	2	13
25	3	3	3	2	3	14
26	2	2	2	2	3	11
27	2	3	2	3	2	12
28	3	2	3	2	3	13

29	4	1	3	3	2	13
30	2	3	3	2	2	12
31	3	2	3	2	3	13
32	3	2	4	3	2	14
33	3	2	3	2	2	12
34	2	2	2	2	2	10
35	3	2	3	2	3	13
36	3	2	2	2	2	11
37	3	2	3	2	2	12
38	3	2	3	3	2	13
39	3	2	2	3	4	14
40	3	2	3	2	2	12
41	2	1	3	2	3	11
42	3	2	3	2	3	13
43	3	1	3	2	3	12
44	3	2	3	3	3	14
45	3	2	2	2	3	12
46	2	1	4	1	2	10
47	3	2	3	3	3	14
48	3	1	3	2	3	12
49	3	2	3	3	3	14
50	3	2	3	2	3	13
51	2	2	2	2	3	11
52	2	2	3	2	3	12
53	3	2	3	3	3	14
54	3	2	3	2	2	12
55	3	2	2	3	3	13
56	3	3	2	2	2	12
57	2	2	2	2	2	10
58	3	3	2	3	2	13
59	3	2	3	2	3	13

60	3	2	2	2	2	11
61	3	2	3	3	3	14
62	2	2	3	2	2	11
63	3	1	3	2	2	11
64	3	2	2	2	3	12
65	2	2	2	3	3	12
66	3	2	3	1	3	12
67	3	2	2	1	2	10
68	2	3	3	2	2	12
69	3	2	3	3	3	14
70	3	2	3	2	3	13
71	3	3	3	3	3	15
72	3	3	3	2	3	14
73	3	3	3	2	2	13
74	1	4	1	2	2	10
75	3	2	3	3	3	14
76	3	3	3	3	2	14
77	4	1	2	3	3	13
78	4	1	3	1	1	10
79	3	2	3	1	1	10
80	3	2	3	2	2	12
81	3	2	2	3	3	13
82	3	2	3	1	2	11
83	2	2	3	1	1	9
84	3	2	3	2	1	11
85	2	2	3	2	3	12
86	3	2	3	2	2	12
87	3	2	3	2	2	12
88	3	2	3	3	2	13
89	3	2	3	2	3	13
90	3	2	3	2	2	12

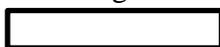
91	3	2	3	1	3	12
92	3	1	4	3	2	13
93	2	2	3	3	2	12
94	2	3	3	3	2	13
95	2	1	2	1	3	9
96	3	2	3	3	3	14
97	3	3	2	3	2	13
98	3	3	2	3	2	13
99	3	1	2	2	3	11
100	3	2	3	3	2	13
101	3	2	3	2	3	13
102	3	2	3	2	2	12
103	3	2	3	3	2	13
104	3	2	3	2	2	12
105	2	2	2	1	4	11
106	3	3	2	2	3	13
107	2	2	3	2	2	11
108	2	3	2	2	3	12
109	3	3	2	2	3	13
110	2	3	2	2	4	13
111	3	2	3	2	2	12
112	3	2	3	2	2	12
113	3	2	3	2	2	12
114	2	3	1	3	2	11
115	2	1	4	2	1	10
116	3	2	4	1	3	13
117	3	2	2	3	2	12
118	3	1	3	2	3	12
119	4	2	3	4	2	15
120	2	3	1	3	4	13
121	3	2	1	3	3	12

122	2	3	2	2	3	12
123	2	2	2	2	2	10
124	2	1	2	3	3	11
125	2	1	2	3	3	11
126	3	2	3	2	3	13
127	3	2	3	2	3	13
128	3	2	3	2	3	13
129	2	3	2	3	3	13
130	3	3	1	3	3	13
131	2	3	1	3	3	12
132	3	2	3	2	2	12
133	3	2	3	1	3	12
134	2	2	1	3	3	11
135	3	2	2	2	3	12
136	3	2	3	2	3	13
137	2	2	2	2	3	11
138	2	2	3	2	2	11
139	3	2	4	2	2	13
140	2	2	1	2	2	9
141	3	2	2	2	2	11
142	3	2	3	2	3	13
143	3	2	3	2	3	13
144	3	3	3	1	3	13
145	3	2	3	2	2	12
146	2	2	2	3	3	12
147	2	3	3	2	2	12
148	2	2	2	3	3	12
149	3	2	3	3	3	14
150	2	2	2	3	3	12
151	3	2	2	3	3	13
152	3	2	3	3	2	13

153	3	2	3	2	3	13
154	3	2	2	2	3	12
155	3	2	3	2	2	12
156	3	2	3	3	3	14
157	3	2	3	3	3	14
158	3	3	2	3	3	14
159	3	2	3	2	2	12
160	2	2	3	1	2	10
161	2	2	3	2	3	12
162	2	2	3	2	2	11
163	3	2	3	2	3	13
164	3	2	3	2	2	12
165	3	2	3	2	2	12
166	4	3	1	3	3	14
167	2	2	3	2	2	11
168	2	3	3	2	2	12
169	1	3	1	1	3	9
170	3	2	3	2	3	13
171	3	2	3	3	2	13
172	3	2	3	1	3	12
173	2	3	2	3	2	12
174	2	2	2	3	2	11
175	3	3	2	3	3	14
176	3	3	2	3	3	14
177	2	3	2	2	4	13
178	3	3	3	2	3	14
179	3	3	3	2	3	14
180	3	3	2	3	3	14
181	3	3	2	3	2	13
182	3	2	2	2	2	11
183	2	1	3	3	3	12

184	3	3	2	2	3	13
185	2	2	3	2	3	12
186	3	2	1	2	3	11
187	1	4	1	4	3	13
188	3	3	2	3	3	14
189	2	3	2	2	3	12
190	2	3	3	3	3	14
191	3	3	3	2	2	13
192	2	2	2	3	3	12
193	2	3	2	3	3	13
194	3	3	2	2	2	12
195	2	3	2	2	3	12
196	2	3	3	2	2	12
197	2	2	3	2	2	11
198	3	3	2	2	3	13
199	2	3	4	3	3	15
200	4	2	3	2	3	14
201	3	2	3	2	2	12
202	2	2	2	2	2	10
203	2	2	3	3	3	13
204	2	2	3	2	2	11
205	2	2	2	2	4	12
206	2	1	3	1	2	9
207	3	2	3	3	2	13
208	3	2	3	2	2	12
209	2	2	1	3	3	11
210	2	2	2	3	3	12
Jumlah	554	463	539	476	533	2565

Keterangan:



: Butir Pernyataan Positif



: Butir Pernyataan Negatif

4. TABULASI DATA INDUK

Jumlah Secara Horizontal

No.	Y	X1	X2
1	64	62	11
2	56	57	10
3	60	60	13
4	54	56	13
5	67	59	13
6	65	60	11
7	63	64	11
8	56	62	11
9	60	57	13
10	44	56	10
11	57	56	12
12	59	55	13
13	58	65	11
14	43	54	11
15	42	54	12
16	49	63	11
17	51	54	12
18	75	60	12
19	67	63	11
20	57	56	13
21	58	56	13
22	57	56	12
23	67	63	11
24	66	62	13
25	57	56	14
26	55	54	11
27	61	58	12
28	47	55	13
29	40	47	13

30	52	45	12
31	57	57	13
32	63	60	14
33	46	57	12
34	57	57	10
35	41	48	13
36	42	51	11
37	49	61	12
38	61	56	13
39	59	51	14
40	61	53	12
41	65	61	11
42	40	51	13
43	48	55	12
44	58	55	14
45	47	63	12
46	50	63	10
47	47	52	14
48	49	56	12
49	60	57	14
50	43	60	13
51	46	48	11
52	42	56	12
53	51	64	14
54	63	57	12
55	46	57	13
56	49	66	12
57	46	57	10
58	56	48	13
59	53	56	13
60	55	56	11

61	58	58	14
62	55	55	11
63	42	57	11
64	44	61	12
65	54	52	12
66	64	57	12
67	70	70	10
68	52	68	12
69	47	53	14
70	43	52	13
71	43	52	15
72	43	52	14
73	55	60	13
74	70	69	10
75	59	65	14
76	56	60	14
77	43	56	13
78	62	71	10
79	66	64	10
80	57	57	12
81	63	56	13
82	53	57	11
83	69	61	9
84	61	69	11
85	69	65	12
86	48	56	12
87	63	59	12
88	70	62	13
89	52	54	13
90	59	58	12
91	48	50	12

92	56	70	13
93	59	58	12
94	36	55	13
95	46	51	9
96	55	57	14
97	45	49	13
98	45	53	13
99	59	62	11
100	54	56	13
101	59	60	13
102	58	57	12
103	62	62	13
104	47	57	12
105	66	59	11
106	56	53	13
107	65	63	11
108	59	59	12
109	53	45	13
110	73	74	13
111	58	56	12
112	57	57	12
113	60	57	12
114	51	54	11
115	56	60	10
116	69	72	13
117	54	57	12
118	44	57	12
119	55	48	15
120	35	59	13
121	62	52	12
122	60	55	12

123	55	55	10
124	60	56	11
125	60	56	11
126	58	57	13
127	57	57	13
128	61	57	13
129	60	57	13
130	55	54	13
131	37	59	12
132	51	56	12
133	53	58	12
134	37	59	11
135	59	56	12
136	58	55	13
137	53	57	11
138	40	45	11
139	41	51	13
140	54	67	9
141	54	45	11
142	54	64	13
143	48	64	13
144	71	69	13
145	43	57	12
146	42	44	12
147	56	63	12
148	48	54	12
149	53	56	14
150	62	60	12
151	49	56	13
152	47	55	13
153	57	57	13

154	55	63	12
155	55	55	12
156	47	51	14
157	52	48	14
158	40	52	14
159	57	56	12
160	38	55	10
161	49	52	12
162	58	56	11
163	58	59	13
164	42	42	12
165	54	55	12
166	26	25	14
167	53	55	11
168	58	57	12
169	41	40	9
170	58	53	13
171	58	55	13
172	57	61	12
173	71	57	12
174	62	58	11
175	60	52	14
176	53	49	14
177	69	63	13
178	62	63	14
179	63	61	14
180	50	52	14
181	61	57	13
182	50	63	11
183	67	61	12
184	58	52	13

185	61	64	12
186	59	66	11
187	50	52	13
188	49	52	14
189	61	55	12
190	51	47	14
191	65	66	13
192	43	50	12
193	51	56	13
194	60	54	12
195	57	57	12
196	64	56	12
197	50	56	11
198	45	52	13
199	47	49	15
200	43	43	14
201	60	62	12
202	41	56	10
203	35	36	13
204	52	57	11
205	52	44	12
206	74	70	9
207	43	57	13
208	60	65	12
209	48	56	11
210	53	57	12
Jumlah	11398	11903	2565
Max	75	74	15
Min	26	25	9
Mean	54,28	56,68	12,21

Tabulasi Skor Total Item (Vertikal)

No. Item	Variabel		
	Y	X1	X2
1	570	620	554
2	587	590	463
3	553	596	539
4	626	620	476
5	585	619	533
6	541	618	
7	623	629	
8	589	636	
9	604	572	
10	497	602	
11	578	667	
12	590	642	
13	580	653	
14	573	642	
15	566	651	
16	585	646	
17	487	640	
18	536	622	
19	520	638	
20	608		
Max	626	667	554
Min	487	572	463
Mean	569,9	626,5	513

Lampiran 5. Distribusi Frekuensi

HASIL UJI STATISTIK

Frequencies

		Statistics		
		Minat Melanjutkan Studi	Citra Merek	Persepsi Biaya Pendidikan
N	Valid	210	210	210
	Missing	0	0	0
Mean		54,28	56,68	12,21
Std. Error of Mean		,597	,434	,085
Median		55,00	57,00	12,00
Mode		58	57	12
Std. Deviation		8,657	6,286	1,228
Variance		74,938	39,510	1,509
Skewness		-,206	-,635	-,338
Std. Error of Skewness		,168	,168	,168
Kurtosis		-,146	3,311	-,031
Std. Error of Kurtosis		,334	,334	,334
Range		49	49	6
Minimum		26	25	9
Maximum		75	74	15
Sum		11398	11903	2565
Percentiles	25	48,00	54,00	11,00
	50	55,00	57,00	12,00
	75	60,00	60,00	13,00

Minat Melanjutkan Studi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
26	1	,5	,5	,5
35	2	1,0	1,0	1,4
36	1	,5	,5	1,9
37	2	1,0	1,0	2,9
38	1	,5	,5	3,3
Valid 40	4	1,9	1,9	5,2
41	4	1,9	1,9	7,1
42	6	2,9	2,9	10,0
43	10	4,8	4,8	14,8
44	3	1,4	1,4	16,2
45	3	1,4	1,4	17,6

46	5	2,4	2,4	20,0
47	8	3,8	3,8	23,8
48	6	2,9	2,9	26,7
49	7	3,3	3,3	30,0
50	5	2,4	2,4	32,4
51	6	2,9	2,9	35,2
52	6	2,9	2,9	38,1
53	9	4,3	4,3	42,4
54	8	3,8	3,8	46,2
55	10	4,8	4,8	51,0
56	8	3,8	3,8	54,8
57	13	6,2	6,2	61,0
58	14	6,7	6,7	67,6
59	10	4,8	4,8	72,4
60	12	5,7	5,7	78,1
61	8	3,8	3,8	81,9
62	6	2,9	2,9	84,8
63	6	2,9	2,9	87,6
64	3	1,4	1,4	89,0
65	4	1,9	1,9	91,0
66	3	1,4	1,4	92,4
67	4	1,9	1,9	94,3
69	4	1,9	1,9	96,2
70	3	1,4	1,4	97,6
71	2	1,0	1,0	98,6
73	1	,5	,5	99,0
74	1	,5	,5	99,5
75	1	,5	,5	100,0
Total	210	100,0	100,0	

Citra Merek

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25	1	,5	,5	,5
36	1	,5	,5	1,0

40	1	,5	,5	1,4
42	1	,5	,5	1,9
43	1	,5	,5	2,4
44	2	1,0	1,0	3,3
45	4	1,9	1,9	5,2
47	2	1,0	1,0	6,2
48	5	2,4	2,4	8,6
49	3	1,4	1,4	10,0
50	2	1,0	1,0	11,0
51	6	2,9	2,9	13,8
52	14	6,7	6,7	20,5
53	5	2,4	2,4	22,9
54	9	4,3	4,3	27,1
55	16	7,6	7,6	34,8
56	30	14,3	14,3	49,0
57	34	16,2	16,2	65,2
58	6	2,9	2,9	68,1
59	8	3,8	3,8	71,9
60	10	4,8	4,8	76,7
61	7	3,3	3,3	80,0
62	7	3,3	3,3	83,3
63	11	5,2	5,2	88,6
64	6	2,9	2,9	91,4
65	4	1,9	1,9	93,3
66	3	1,4	1,4	94,8
67	1	,5	,5	95,2
68	1	,5	,5	95,7
69	3	1,4	1,4	97,1
70	3	1,4	1,4	98,6
71	1	,5	,5	99,0
72	1	,5	,5	99,5
74	1	,5	,5	100,0
Total	210	100,0	100,0	

Persepsi Biaya Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
9	5	2,4	2,4	2,4
10	13	6,2	6,2	8,6
11	36	17,1	17,1	25,7
Valid 12	66	31,4	31,4	57,1
13	61	29,0	29,0	86,2
14	26	12,4	12,4	98,6
15	3	1,4	1,4	100,0
Total	210	100,0	100,0	

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

1. UJI NORMALITAS

NPar Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		210
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	7,05786045
	Absolute	,091
Most Extreme Differences	Positive	,044
	Negative	-,091
Kolmogorov-Smirnov Z		1,319
Asymp. Sig. (2-tailed)		,062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. UJI LINIERITAS

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Minat Melanjutkan Studi * Citra Merek	210	100,0%	0	0,0%	210	100,0%
Minat Melanjutkan Studi * Persepsi Biaya Pendidikan	210	100,0%	0	0,0%	210	100,0%

Minat Melanjutkan Studi * Citra Merek

Report

Minat Melanjutkan Studi

Citra Merek	Mean	N	Std. Deviation
25	26,00	1	.
36	35,00	1	.
40	41,00	1	.
42	42,00	1	.
43	43,00	1	.
44	47,00	2	7,071
45	49,75	4	6,551
47	45,50	2	7,778

48	50,00	5	6,364
49	48,33	3	4,163
50	45,50	2	3,536
51	45,83	6	7,026
52	49,50	14	6,813
53	53,40	5	7,021
54	50,78	9	5,783
55	52,63	16	7,509
56	53,70	30	6,188
57	54,88	34	6,821
58	58,67	6	3,141
59	52,75	8	13,946
60	59,40	10	8,208
61	59,14	7	9,529
62	62,43	7	4,685
63	57,91	11	8,312
64	57,17	6	7,195
65	61,50	4	5,066
66	57,67	3	8,083
67	54,00	1	.
68	52,00	1	.
69	67,33	3	5,508
70	66,67	3	9,452
71	62,00	1	.
72	69,00	1	.
74	73,00	1	.
Total	54,28	210	8,657

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	6316,349	33	191,405	3,605	,000
Minat	Between	Linearity	5229,673	1	5229,673	98,487	,000
Melanjutkan	Groups	Deviation from	1086,675	32	33,959	,640	,932
Studi * Citra		Linearity					
Merek	Within	Groups	9345,632	176	53,100		
	Total		15661,981	209			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat Melanjutkan Studi * Citra Merek	,578	,334	,635	,403

**Minat Melanjutkan Studi * Persepsi Biaya Pendidikan
Report**

Minat Melanjutkan Studi

Persepsi Biaya Pendidikan	Mean	N	Std. Deviation
9	56,80	5	14,307
10	54,69	13	10,554
11	55,08	36	8,150
12	54,73	66	7,763
13	54,11	61	9,272
14	52,38	26	8,391
15	48,33	3	6,110
Total	54,28	210	8,657

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat Melanjutkan Studi * Persepsi Biaya Pendidikan	(Combined)	271,554	6	45,259	,597	,733
	Between Groups	181,781	1	181,781	2,398	,123
	Linearity	89,772	5	17,954	,237	,946
	Deviation from Linearity					
	Within Groups	15390,427	203	75,815		
Total		15661,981	209			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat Melanjutkan Studi * Persepsi Biaya Pendidikan	-,108	,012	,132	,017

3. UJI MULTIKOLINIERITAS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Biaya Pendidikan, Citra Merek ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,579 ^a	,335	,329	7,092

a. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan, Citra Merek

b. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5250,982	2	2625,491	52,202	,000 ^b
	Residual	10410,999	207	50,295		
	Total	15661,981	209			

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

b. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan, Citra Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,153	7,607		,677	,499		
	Citra Merek	,809	,081	,587	10,039	,000	,938	1,066
	Persepsi Biaya Pendidikan	,268	,412	,038	,651	,516	,938	1,066

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

4. UJI HETEROSKEDASTISITAS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Biaya Pendidikan, Citra Merek ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: RES2

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,136 ^a	,019	,009	4,05125

a. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan, Citra Merek

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64,088	2	32,044	1,952	,145 ^b
	Residual	3397,414	207	16,413		
	Total	3461,502	209			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan, Citra Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,434	4,346		,790	,430		
	Citra Merek	,075	,046	,116	1,632	,104	,938	1,066
	Persepsi Biaya Pendidikan	-,159	,236	-,048	-,674	,501	,938	1,066

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 7. Uji Hipotesis

A. REGRESI SEDERHANA

1. UJI HIPOTESIS I

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra Merek ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,578 ^a	,334	,331	7,082

a. Predictors: (Constant), Citra Merek

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5229,673	1	5229,673	104,270	,000 ^b
	Residual	10432,308	208	50,155		
	Total	15661,981	209			

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

b. Predictors: (Constant), Citra Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,169	4,444		2,063	,040
	Citra Merek	,796	,078	,578	10,211	,000

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

2. UJI HIPOTESISI II

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Biaya Pendidikan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,108 ^a	,012	,007	8,627

a. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181,781	1	181,781	2,443	,120 ^b
	Residual	15480,200	208	74,424		
	Total	15661,981	209			

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

b. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	63,550	5,963		10,657	,000
	Persepsi Biaya Pendidikan	-,759	,486	-,108	-1,563	,120

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

B. REGRESI GANDA

UJI HIPOTESIS III

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Biaya Pendidikan, Citra Merek ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,579 ^a	,335	,329	7,092

a. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan, Citra Merek

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5250,982	2	2625,491	52,202	,000 ^b
	Residual	10410,999	207	50,295		
	Total	15661,981	209			

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

b. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan, Citra Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,153	7,607		,677	,499
	Citra Merek	,809	,081	,587	10,039	,000
	Persepsi Biaya Pendidikan	,268	,412	,038	,651	,516

a. Dependent Variable: Minat Melanjutkan Studi

Lampiran 8. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

Hasil Perhitungan Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

$$\hat{a}_1 (\text{konstanta } X_1) = 9,169$$

$$\hat{a}_2 (\text{konstanta } X_2) = 63,550$$

$$\sum X_1 Y = 135.670.394$$

$$\sum X_2 Y = 29.235.870$$

$$R^2 = 0,335$$

a. Menghitung Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif X_1 terhadap Y

$$SR\% = \frac{a \sum xy}{JK_{reg}} \times 100\%$$

$$SR\% = \frac{9,169 (11903 \times 11398)}{9,169 (11903 \times 11398) + 63,550(2565 \times 11398)} \times 100\%$$

$$SR\% = \frac{1.243.961.843}{3.101.901.381}$$

$$SR\% = 40,10\%$$

$$SE\% = SR\% \times R^2$$

$$SE\% = 40,10\% \times 0,335$$

$$SE\% = 13,43\%$$

b. Menghitung Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif X_2 terhadap Y

$$SR\% = \frac{a \sum xy}{JK_{reg}} \times 100\%$$

$$SR\% = \frac{63,550 (2565 \times 11398)}{9,169 (11903 \times 11398) + 63,550(2565 \times 11398)} \times 100\%$$

$$SR\% = \frac{1.857.939.539}{3.101.901.381}$$

$$SR\% = 59,90\%$$

$$SE\% = SR\% \times R^2$$

$$SE\% = 59,90\% \times 0,335$$

$$SE\% = 20,07\%$$

Lampiran 9. Surat Izin dan Keterangan Melakukan Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
KANTOR PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU

Alamat : Jl. Brigjen. Katamsa No.1 Wonosari Telp. 391942 Kode Pos : 55812

SURAT KETERANGAN / IJIN

Nomor : 057/KPTS/I/2016

Membaca : Surat dari UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA, Nomor : 138/UN34.18/LT/2016, hal : Izin Penelitian

Mengingat : 1. Keputusan Menteri dalam Negeri Nomor 9 Tahun 1983 tentang Pedoman Pendataan Sumber dan Potensi Daerah;
 2. Keputusan Menteri dalam Negeri Nomor 61 Tahun 1983 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelaksanaan Penelitian dan Pengembangan di lingkungan Departemen Dalam Negeri;
 3. Surat Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 38/12/2004 tentang Pemberian izin Penelitian di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta;

Dijinkan kepada :
 Nama : **KARYATI NIM : 12803241023**
 Fakultas/Instansi : Ekonomi / Universitas Negeri Yogyakarta
 Alamat Instansi : Kampus Karangmalang, Yogyakarta.
 Telp. (0274) 586168

Alamat Rumah : Guyangan, Kemiri, Tanjungsari, Gunungkidul
 Keperluan : Ijin penelitian dengan judul " PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri Tahun Ajaran 2015/2016 Di Kabupaten Gunungkidul

Lokasi Penelitian : SMA Negeri se Kab. Gunungkidul
 Dosen Pembimbing : Prof. Sukirno, M.Si., Ph.D
 Waktunya : Mulai tanggal : 25/01/2016 sd. 29/02/2016
 Dengan ketentuan :

Terlebih dahulu memenuhi/melaporkan diri kepada Pejabat setempat (Camat, Lurah/Kepala Desa, Kepala Instansi) untuk mendapat petunjuk seperlunya.

1. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat
2. Wajib memberi laporan hasil penelitiannya kepada Bupati Gunungkidul (cq. BAPPEDA Kab. Gunungkidul).
3. Ijin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintah dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah.
4. Surat ijin ini dapat diajukan lagi untuk mendapat perpanjangan bila diperlukan.
5. Surat ijin ini dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan tersebut diatas. Kemudian kepada para Pejabat Pemerintah setempat diharapkan dapat memberikan bantuan seperlunya.



Tembusan disampaikan kepada Yth.

1. Bupati Kab. Gunungkidul (Sebagai Laporan) ;
2. Kepala BAPPEDA Kab. Gunungkidul ;
3. Kepala Kantor KESBANGPOL Kab. Gunungkidul ;
4. Kepala Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga Kab. Gunungkidul ;
5. Kepala SMA N Kab. Gunungkidul ;
6. Arsip ;



PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA DAN OLAHRAGA
SMA N 1 SEMIN

Alamat : Bulurejo, Semin, Gunungkidul, Provinsi DIY ☎ (0274) 4390389

Nomor : 070/068
Lampiran :-
Hal : Surat Keterangan

Berdasarkan Surat dari Kantor Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Gunungkidul Nomor : 057/KPTS/I/2016, tertanggal 25 Januari 2016 ,tentang : Ijin Penelitian , maka Plt. Kepala SMA Negeri 1 Semin menerangkan bahwa :

N a m a : KARYATI
NIM : 12803241023
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Negeri Yogyakarta

Telah melaksanakan penelitian di SMA Negeri 1 Semin Gunungkidul mulai tanggal : 25-01-2016 s.d 29-02-2016, tentang "PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANYUTKAN STUDI PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY "(Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri Tahun Ajaran 2015/2016 di Kabupaten Gunungkidul)

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya,

Semin, 23 Februari 2015

Plt. Kepala Sekolah



Deny Yaya, M.M

NIP 19650915 199802 1 002



PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA DAN OLAHRAGA
SMA N 1 PLAYEN

Alamat : Pleributan Playen Kabupaten Gunungkidul Kode Pos 55881 Telp. 391983

SURAT KETERANGAN
NOMOR : 421/060

Berdasarkan surat keterangan/ijin No : 057/KPTS/I/2016 Tanggal 25 Januari 2016, dengan ini Kepala SMA N 1 Playen Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta menerangkan bahwa :

Nama : KARYATI
NIM : 12803241023
Fakultas/Instansi : Ekonomi / Universitas Negeri Yogyakarta
Alamat Instansi : Kampus Karangmalang Yogyakarta Gunungkidul.

telah melaksanakan penelitian dengan judul " PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY " dilaksanakan pada tanggal 28 Januari 2016.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Playen, 28 Januari 2016
Kepala Sekolah

Dr. TIYA, M.M.
NIP.: 196509151998021002



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
 DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA, DAN OLAH RAGA
SMA NEGERI 1 WONOSARI
 Jalan Brigjen Katamso 04 Telepon. 0274-391079 Wonosari 55813
 laman: <http://www.sma1wonosari.sch.id> e-mail: info@sma1wonosari.sch.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 070 / 222

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Wonosari Kabupaten Gunungkidul Daerah Istimewa Yogyakarta menerangkan bahwa :

Nama : KARYATI
 NIM : 1283241023
 Fak/Instansi : Ekonomu /UNY

telah melakukan penelitian dengan judul " PENAGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN PRESTASI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY " pada tanggal 2 Februari 2016 di SMA Negeri 1 Wonosari.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wonosari, 25 Februari 2016



Taufiq Salyono, S.Pd, M.Pd.Si
 NIP. 19670815 199001 1 001



**PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA, DAN OLAHRAGA
SMA NEGERI 1 PATUK**

Bunder, Patuk, Gunungkidul, Telp (0274) 3950585, Kode Pos : 55862

SURAT KETERANGAN

No. : 421.3/86

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala SMA N 1 Patuk Gunungkidul ;

nama : Drs. Hananto
NIP : 19590403 197803 1 005
pangkat/Gol. : Pembina /IV a
alamat Instansi : Bunder, Patuk, Gunungkidul, Jalan Yogya – Wonosari Km 27.

menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

nama : KARYATI
NIM : 12803241023
jenjang : S1
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri
Yogyakarta

telah melaksanakan penelitian di SMA Negeri 1 Patuk pada tanggal 2 Februari 2016, dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

“ PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY”, Studi Kasus pada Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri Tahun Ajaran 2015/2016 di Kabupaten Gunungkidul

Demikian surat keterangan ini saya buat dengan rasa tanggung jawab, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Patuk, 7 Februari 2016
Kepala Sekolah,



Drs. HANANTO
NIP. 19590403 197803 1 005



PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA, DAN OLAH RAGA
SMA NEGERI 1 KARANGMOJO

Alamat: Croyaban Ngapak Karangmojo Gunungkidul Kode Pos 55891
Telp. (0274) 2494375 email: sma1nrg@yaho.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 070/089

Berdasarkan surat keterangan/ijin dari Kantor Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Gunungkidul, Nomor 138/UN34.18/LT/2016 tanggal 20 Januari 2016.

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala SMA Negeri 1 Karangmojo Kabupaten Gunungkidul Daerah Istimewa Yogyakarta menerangkan bahwa :

Nama : KARYATI
NIM : 12803241023
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Lembaga : Universitas Negeri Yogyakarta

Telah selesai melaksanakan penelitian di SMA Negeri 1 Karangmojo Gunungkidul pada tanggal 25 Januari 2016 sd. 29 Februari 2016 dengan judul : "PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI PADA PRODI PENDIDIKAN AKUTANSI FE UNY (Studi Kasus Pada Siswa XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri Tahun Ajaran 2015/2016 Di Kabupaten Gunungkidul.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Karangmojo, 22 Februari 2016
Kepala Sekolah,



Drs. AJL PRAMONO, M.Pd
NIP. 196111101987031013



PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA, DAN OLAHRAGA

SMA NEGERI 1 TANJUNGSARI

Jl. Baron Km 12 Kemiri Tanjungsari Gunungkidul D.I, Yogyakarta Kode Pos : 55881

Hotline : 081328747256 Blog : sman1tanjungsari.sch.co.id Email : sman1tanjungsari@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN

No. : 421.3/050/2016

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : H. Comed Sudarsono, S.Pd
NIP : 19680222 199212 1 002
Jabatan : Kepala Sekolah
Instansi : SMAN 1 Tanjungsari

Menerangkan

Nama Mahasiswa : Karyati
NIM : 12803241023
Program Study : Pendidikan Akuntansi
Fakultas : Universitas Negeri Yogyakarta

Bahwa nama Mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan penelitian di SMA N 1 Tanjungsari untuk kelas XII IPS pada tanggal 25 Januari 2016 s.d 29 Februari dengan tema " PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDY PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY ". Demikianlah surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tanjungsari, 22 Februari 2016
Kepala Sekolah,



H. Comed Sudarsono, S.Pd
NIP. 19680222 199212 1 002



PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA DAN OLAHRAGA
SMA NEGERI 1 PANGGANG

Alamat : Padak Giriwungu Panggang Gunungkidul Kode Pos 55872, Tep. 0811263805

SURAT KETERANGAN KEPALA SEKOLAH

NOMO : 421 /031

Yang bertandatangan dibawah ini Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Panggang Gunungkidul dengan ini menerangkan bahwa bedasarkan surat dari Kantor Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Gunungkidul, Nomor : 057/KPTS/1/2016, bahwa

N a m a	: Karyati
NIM	: 12803241023
Program Studi	: Pendidikan Akuntansi
Judul	: "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY."

Bahwasanya Nama tersebut diatas telah melaksanakan tugas Penelitian di sekolah kami pada Tanggal: 18 Februari s/d. 22 Februari 2016.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panggang, 22 Februari 2016



Drs. H. SUBARYADI
NIP. 19590605 198703 1 010



**PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA, DAN OLAAHRAGA
SMA NEGERI 1 RONGKOP**

Jl. Sadeng km 25, Karangwetan, Semugih, Rongkop, Gunungkidul 55883 Telp. 0811252173

SURAT KETERANGAN
Nomor : 423/056

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : EKWANTORO, S.Pd.
NIP : 19660831 199402 1 001
Pangkat / Golongan : Pembina, Iva
Jabatan : Kepala Sekolah

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa dari Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) :

Nama : KARYATI
NIM : 12803241023
Fakultas/Instansi : Fakultas Ekonomi/ Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)

Telah melakukan penelitian di SMA Negeri 1 Rongkop Kecamatan Rongkop Kabupaten Gunungkidul,
dengan Judul Penelitian :

**"PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN
TERHADAP AKUNTANSI FE UNY (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII Jurusan Ips/Iis Sma Negeri
Tahun Ajaran 2015/2016 Di Kabupaten Gunungkidul)"**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Rongkop, 25 Februari 2016
Kepala SMA N 1 Rongkop

EKWANTORO, S.Pd
NIP. 19660831 199402 1 001



PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
 DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA, DAN OLAHRAGA
SMA NEGERI 2 WONOSARI
 Jalan Ki Ageng Giring 3, Wonosari, Gunungkidul, DI Yogyakarta, Kode Pos: 55813
 Telp. (0274) 391158, 392558 Faks. (0274) 391158
 Website : www.smadaprima.sch.id, E-mail : smada_gk@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN

No. : 421 / 0098

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala SMA Negeri 2 Wonosari, menerangkan bahwa :

Nama : KARYATI
 NIM : 102803241023
 Instansi/ Fakultas : Ekonomi/Universitas Negeri Yogyakarta
 Alamat Instansi : Kampus Karangmalang, Yogyakarta
 Alamat Rumah : Guyangan, Kemiri, Tanjungsari, Gunungkidul.

Telah mengadakan penelitian dengan judul "**PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY** (studi Kasus pada Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri Tahun Ajaran 2015/2016 di Kabupaten Gunungkidul "Sesuai dengan surat ijin dari Kantor Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Gunungkidul No.057/KPTS/1/2016 Tanggal 25 Januari 2016 .

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wonosari, 24 Februari 2016
 Kepala

Drs. LELADIRUDHIE MULYA, M.Pd.
 NIP. 19621106 198903 1 010



PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA DAN OLAHRAGA
SMA NEGERI 1 SEMANU
Semanu Selatan, Semanu, Gunungkidul, Kode Pos : 55893

SURAT KETERANGAN
Nomor : 421.3/4145

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : Dra Warjiyem, M.Pd.I
N I P : 19570615 197903 2 004
Jabatan : Kepala Sekolah
Instansi : SMA Negeri 1 Semanu, Gunungkidul

Menerangkan bahwa :

N a m a : Karyati
N I M : 12803241023
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Pendidikan Akuntansi
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Yogyakarta

Telah melakukan penelitian di SMA Negeri 1 Semanu Gunungkidul pada hari Senin s.d. Rabu tanggal 1 s.d. 3 Februari 2016 dengan tema " Pengaruh Citra Merk (*Brand Image*) dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Study Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY (Study Kasus Pada Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri Tahun Ajaran 2015/ 2016 di Kabupaten Gunungkidul"

Demikian Surat Keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semanu, 23 Februari 2016

Kepala Sekolah



Dra. WARJIYEM, M.Pd.I
Pembina, IV / a
NIP. 19570615 197903 2 004



PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
 DINAS PENDIDIKAN PEMUDA DAN OLAH RAGA
SMA NEGERI 2 PLAYEN
 Alamat : Logandeng Playen Gunungkidul ☎ (0274) 391176

SURAT KETERANGAN

Nomor : 421/121

Kepala Sekolah SMAN 2 Playen Kabupaten Gunungkidul dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : KARYATI
 NIM : 12803241023
 Fakultas : Ekonomi / Universitas Negeri Yogyakarta

Telah melaksanakan penelitian di SMAN 2 Playen Kabupaten Gunungkidul pada tanggal 25 Januari 2016 s/d 29 Februari 2016 dengan judul : " PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN STUDI PADA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI FE UNY (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII Jurusan IPS/IIS SMA Negeri Tahun Ajaran 2015/2016 Di Kabupaten Gunungkidu.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Playen, 7 Maret 2016
 Kepala Sekolah,

 KARYATI, M.Pd.
 NIP 19680516 199403 2 007