

## ABSTRAK

**EVI SITUNGKIR, NIM : 7143141024 “Pengaruh *Brand Image* Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Ekonomi Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Kabanjahe Tahun Ajaran 2018/2019”.**

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah rendahnya minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi pada siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Kabanjahe. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image* dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI IPS SMA Negeri 1 Kabanjahe T.A. 2017/2018 yang berjumlah 136 siswa. Sampel yang diambil sebanyak 68 secara *Simple Random Sampling* (acak).

Dari hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda  $Y = 14,373 + 0,403 X_1 + 0,411 X_2 + e$ . Berdasarkan uji hipotesis secara parsial diperoleh hasil *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar  $4,222 > 1,669$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Persepsi biaya pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar  $4,343 > 1,669$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Uji hipotesis secara simultan diperoleh hasil *brand image* dan persepsi biaya pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi yang ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar sebesar  $73,539 > 3,14$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,694.

Kesimpulan penelitian ini adalah ada pengaruh *brand image* dan persepsi biaya pendidikan siswa secara positif dan signifikan terhadap minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi pada siswa kelas IPS SMA Negeri 1 Kabanjahe T.A 2018/2019.

**Kata Kunci: *Brand Image*, Persepsi Biaya Pendidikan, Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi.**

## ABSTRACT

**EVI SITUNGKIR, NIM : 7143141024 “ The Influence Of Brand Image And Perception About Cost Of Education On Student Interest In Continuing Into Economic Education Major Class XI IPS SMA Negeri 1 Kabanjahe T.A. 2018/2019”. Thesis : Departement of Economics, Economics Education Study Programs, Faculty of Economics, Medan State Universities.**

The problem discussed in this study is the low interest in continuing to study in college in class XI IPS SMA Negeri 1 Kabanjahe. This study aims to determine the effect of Brand Image and Perception About Cost Of Education on Interest in Continuing Study to Higher Education.

The population in this study were all students of class XI IPS SMA Negeri 1 Kabanjahe T.A. 2018/2019 totaling 136 students. Samples taken as many as 68 are Simple Random Sampling (random).

From the results of the study obtained multiple linear regression  $Y = 14,373 + 0,403 X_1 + 0,411X_2 + e$ . Based on the partial hypothesis test obtained the results of brand image has a positive and significant effect on the interest in continuing to study in higher education as indicated by the  $t_{count}$  bigger than the  $t_{table}$  value of  $4,222 > 1,669$  with a significant value of  $0,000 < 0,05$ . Perception about cost of education has a positive and significant influence on the interest in continuing to study in higher education as indicated by the  $t_{count}$  bigger than the  $t_{table}$  value of  $4,343 > 1,669$  with a significant value of  $0,000 < 0,05$ . Simultaneous hypothesis testing obtained by the results of brand image and perception about cost of education have a positive and significant effect on the interest in continuing their studies to college as indicated by the  $F_{count}$  bigger than  $F_{table}$  value of  $73,539 > 3,14$  with a significance value of  $0,000 < 0,05$ . Based on the coefficient of determination obtained by  $R^2$  equal to 0,694.

The conclusion of this study is that there is an influence brand image and perception about cost of education in a positive and significant way to the interest in continuing their studies to college in class XI IPS SMA Negeri 1 T.A 2018/2019.

**Keywords: Brand Image, Perception About Cost Of Education, Interest Continue Study to Higher Education.**