

## ABSTRAK

**Iin Rohimah Saragih, NIM: 7183141034. Pengaruh *Brand Image* Perguruan Tinggi dan Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan ke Universitas Negeri Medan pada Siswa Kelas XII IPS SMA Negeri 1 Sidamanik.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* Perguruan Tinggi dan Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan ke Universitas Negeri Medan pada Siswa Kelas XII IPS SMA Negeri 1 Sidamanik.

Jenis penelitian ini adalah penelitian *ex post facto*. Dalam penelitian ini populasi penelitian berjumlah 142 siswa serta sebanyak 105 siswa dijadikan sebagai sampel penelitian yang diambil berdasarkan teknik *simple random sampling* dan rumus slovin. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial dan secara simultan serta dilakukan pengukuran koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan data penelitian yang sudah diolah menggunakan SPSS versi 23 diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan *brand image* perguruan tinggi dan biaya pendidikan terhadap minat melanjutkan pendidikan ke Universitas Negeri Medan pada Siswa Kelas XII IPS SMA Negeri 1 Sidamanik. Dengan perolehan persamaan regresi yakni  $Y = 15.170 + 0.879 X_1 - 0.211 X_2$ . Hasil pengujian secara parsial menunjukkan pada variabel *brand image* perguruan tinggi diperoleh nilai  $t_{hitung} 10.664 > t_{tabel} 1.983$  dan nilai  $sig 0.00 < 0.05$  artinya hipotesis diterima serta pada variabel biaya pendidikan diperoleh nilai  $t_{hitung} 2.084 > t_{tabel} 1.983$  dan nilai  $sig 0.04 < 0.05$  maka hipotesis diterima. Pada uji hipotesis secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung} 59.409 > F_{tabel} 3.08$  dan nilai  $sig 0.000 < 0.05$ . Pada hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* sebesar 0.538. Artinya variabel *brand image* perguruan tinggi dan biaya pendidikan memberikan kontribusi sebesar 53.8% terhadap minat melanjutkan pendidikan ke Universitas Negeri Medan pada Siswa Kelas XII IPS SMA Negeri 1 Sidamanik dan sisanya sebesar 46.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Brand Image* Perguruan Tinggi, Biaya Pendidikan, Minat Melanjutkan Pendidikan

## ABSTRACT

**Iin Rohimah Saragih, NIM: 7183141034. The Influence of University's Brand Image and The Cost of Education on Interest in Pursuing Education to Medan State University in Students Class XII Social SMA Negeri 1 Sidamanik.**

This study aims to determine The Influence of University's Brand Image and The Cost of Education on Interest in Pursuing Education to Medan State University in Students Class XII Social SMA Negeri 1 Sidamanik.

This type of research is ex post facto research. In this study population amounted to 142 students as well as 105 students serve as a sample of research taken based on simple random sampling and the slovin formula. The research instrument used in this study was tested using validity test and reliability test. For data analysis techniques used in this study are multiple regression analysis. Hypotesis testing is done partially and simultaneously and using a measurement tool for the coefficient of determination ( $R^2$ ).

Based on the data of the research that has been processed using SPSS version 23 is known that there is a significant influence of university's brand image and the cost of education on interest in pursuing education to Medan State University in Students Class XII Social SMA Negeri 1 Sidamanik. The equation that can be obtained is  $Y = 15.170 + 0.879 X_1 - 0.211 X_2$ . Partial testing results show the univercity's brand image variable the results of the calculation of  $t_{count} 10.664 > t_{table} 1.983$  with a significant level of  $0.00 < 0.05$  and the cost education variable the results of the calculation of  $t_{count} 2.083 > t_{table} 1.983$  with a significant level of  $0.04 < 0.05$ . The silmutaneous hypoyesis testing also obtained data for  $F_{count} 59.409 > F_{table} 3.08$  with a significant level of  $0.00 < 0.05$ . The data obtained on the coefficient of determination test is 0.538. That is, university's brand image and the cost of education contributed on interest in pursuing education by 53.8% and the remaining 46.2% were affected by other unstudied variables in this study.

**Keywords: University's Brand Image, Cost of Education, Interest in Pursuing Education**

