

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kerangka Teoritis	11
2.1.1 Minat Melanjut ke Perguruan Tinggi	11
2.1.1.1 Pengertian Minat.....	11
2.1.1.2 Perguruan Tinggi	12
2.1.1.3 Jenis-jenis Minat	13
2.1.1.4 Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi	15

2.1.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi	16
2.1.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	18
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand</i> (Merek)	18
2.1.2.2 Manfaat <i>Brand</i> (Merek)	20
2.1.2.3 Pengetian <i>Image</i> (Citra)	21
2.1.2.4 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	23
2.1.3 Persepsi Biaya Pendidikan	25
2.1.3.1 Pengertian Persepsi	25
2.1.3.2 Proses Persepsi	27
2.1.3.3 Pengertian Biaya Pendidikan	28
2.1.3.4 Klasifikasi Biaya Pendidikan	30
2.2 Penelitian Relevan	33
2.3 Kerangka Berpikir	38
2.4 Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi Penelitian	41
3.2.2 Sampel Penelitian	42
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	43
3.3.1 Variabel Penelitian	43
3.3.2 Defenisi Operasional	43

3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Observasi	45
3.4.2 Dokumentasi	45
3.4.3 Kuisisioner/Angket.....	45
3.5 Teknik Analisis Instrumen	47
3.5.1 Uji Validitas Instrumen.....	47
3.5.2 Uji Reliabilitas Angket	48
3.6 Uji Asumsi Klasik	50
3.6.1 Uji Normalitas	50
3.6.2 Uji Linearitas	51
3.6.3 Uji Multikolineraritas	52
3.7 Teknik Analisis Data	53
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.7.2 Uji Hipotesis	54
3.7.2.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	54
3.7.2.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f)	55
3.7.3 Koefisien Determinasi	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	57
4.2 Uji Validitas dan Reabilitas Angket.....	59
4.2.1 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	60
4.2.2 Persepsi Biaya pendidikan.....	61
4.2.3 Minat Melanjutkan Studi Pada Perguruan Tinggi	62

4.3 Deskriptif Variabel Penelitian	64
4.3.1 <i>Brand Image</i> (X_1)	65
4.3.1.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Atas Angket <i>Brand Image</i> (X_1) Berdasarkan Nomor Item	68
4.3.1.2 Distribusi Variabel <i>Brand Image</i> (X_1)	74
4.3.2 Persepsi Biaya Pendidikan (X_2).....	75
4.3.2.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Atas Angket Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) Berdasarkan Nomor Item	78
4.3.2.2 Distribusi Variabel Persepsi Biaya Pendidikan (X_2)	84
4.3.3 Minat Melanjutkan Studi Perguruan Tinggi (Y)	85
4.3.3.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Atas Angket Minat Melanjutkan Studi (Y) Berdasarkan Nomor Item.....	88
4.3.3.2 Distribusi Variabel Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi (Y)	93
4.4 Analisis data	94
4.4.1 Uji Normalitas	94
4.4.2 Uji Linearitas	96
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	97
4.4.4 Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	98
4.4.5 Uji Hipotesis.....	100
4.4.5.1 Uji Secara Parsial (Uji T).....	100
4.4.5.2 Uji Secara Simultan (Uji F)	101
4.4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	102

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	103
4.5.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_1) terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi (Y).....	104
4.5.2 Pengaruh Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi (Y)	106
4.5.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_1) dan Persepsi Biaya Pendidikan (X_2) terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi (Y).....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran	114
Daftar Pustaka.....	115
Riwayat Hidup.....	118

THE
Character Building
UNIVERSITY