

## ABSTRAK

**Cindy Octa Vhania. Nim. 7141141013. Pengaruh Status Sosial Ekonomi dan Brand Image Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menempuh Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNIMED. Skripsi: Jurusan Pendidikan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. 2018.**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah tingginya keputusan mahasiswa dalam menempuh pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNIMED, dibandingkan dengan jurusan lain yang ada di Fakultas Ekonomi UNIMED. Hal ini diindikasikan dipengaruhi oleh status sosial ekonomi dan *brand image*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi dan *brand image* baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa menempuh pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNIMED.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi angkatan 2014 yang berjumlah 126 orang mahasiswa dengan 89 mahasiswa dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik sampling yang digunakan adalah *Proportional Sampling* dengan mengacu pada tabel *Isac* dan *Michael* untuk mengukur besarnya sampel. Metode pengumpulan data yaitu observasi, dokumentasi, wawancara dan angket. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 20.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Tidak terdapat pengaruh antara status sosial ekonomi terhadap keputusan mahasiswa dalam menempuh pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNIMED, maka dari itu penulis memberikan saran agar para orang tua baik yang memiliki kemampuan finansial tinggi maupun rendah tetap mendukung pendidikan anaknya. (2) Terdapat pengaruh positif antara *brand image* terhadap keputusan mahasiswa dalam menempuh pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNIMED, sehingga penulis memberikan saran agar jurusan dalam hal ini tetap menjaga kualitas pelayanan agar tetap mampu bekerja sama yang baik dengan mahasiswa. (3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara status sosial ekonomi dan *brand image* ekonomi terhadap keputusan mahasiswa dalam menempuh pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNIMED. hasil dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sebesar 0,19 (19%) yang berarti bahwa sebesar 19% perubahan pada keputusan mahasiswa yang dipengaruhi oleh status sosial ekonomi dan *brand image*, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Kata kunci: Status Sosial Ekonomi, Brand Image, Keputusan Mahasiswa**

## ABSTRACT

**Cindy Octa Vhania. Nim. 7141141013. The Influence of Socioeconomic Status and Brand Image on Student Decisions in Education in the Department of Economic Education, Faculty of Economics, UNIMED. Thesis: Department of Economic Education, Economic Education Study Program, Faculty of Economics, Medan State University. 2018.**

The problem in this study is the high decision of students in studying at the Department of Economic Education, Faculty of Economics, UNIMED, compared to other departments in the Faculty of Economics UNIMED. This is indicated to be influenced by socioeconomic status and brand image.

This study aims to determine the effect of socioeconomic status and brand image both individually and jointly on the decision of students to study at the Department of Economic Education, Faculty of Economics, UNIMED.

This research was conducted at the Faculty of Economics, Medan State University. The population of this study were all students of the 2014 batch of Economic Education Study Program totaling 126 students with 89 students as samples in this study. The sampling technique used is Proportional Sampling with reference to the Isac and Michael tables to measure the size of the sample. Data collection methods are observation, documentation, interviews and questionnaires. This research is a quantitative research with the data analysis technique used is multiple regression analysis with the help of SPSS 20.

From the results of the study showed that: (1) There was no influence between socioeconomic status on the decision of students in studying at the Department of Economic Education, Faculty of Economics, UNIMED, therefore the authors suggested that good parents who have high or low financial ability still support child education. (2) There is a positive influence between brand image on students' decision to study at the Department of Economic Education, Faculty of Economics, UNIMED, so that the authors suggest that the department in this case still maintain the quality of service in order to be able to work well with students. (3) there is a positive and significant influence between socioeconomic status and economic brand image on the decision of students in studying at the Department of Economic Education, Faculty of Economics, UNIMED. the result of the coefficient of determination ( $R^2$ ) shows 0.19 (19%), which means that 19% of changes in student decisions are influenced by socioeconomic status and brand image, the rest is influenced by other factors outside this research.

**Keywords: Socioeconomic Status, Brand Image, Student Decision**