



**ANALISIS CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA
MEMILIH UNIVERSITAS PAKUAN**

Skripsi

Diajukan Oleh : Noni

Indah Mulandari

0211 14 555

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

2018

**ANALISIS CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA
MEMILIH UNIVERSITAS PAKSI**

Sikap

Disajikan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Paksi Bojonegara

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA.)

Ketua Program Studi

(Tutus Rully, SE., MM.)

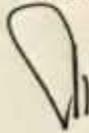
**ANALISIS CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA
MEMILIH UNIVERSITAS PAKUAN**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari : 21 / September / 2018

Noni Indah Mulandari
021114555

Menyetujui,
Ketua Sidang



(Hj. Dra. Sri Hartini, M.M.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Ferdisar Adrima, S.E., M.M.)

Anggota Komisi Pembimbing



(Aric Wibowo Irawan, S.P., M.M.)

ABSTRAK

NONI INDAH MULANDARI. 021114555. Analisis Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pakuan. Di Bawah Bimbingan FERDISAR ADRIAN dan ARIE WIBOWO IRAWAN. 2018.

Perkembangan jumlah perguruan tinggi di Bogor yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perguruan tinggi di Bogor menjadi sangat ketat. Dengan ketatnya persaingan, konsumen menjadi semakin memiliki banyak pilihan sehingga harus diterapkan strategi yang tepat untuk tetap menjadi pilihan prioritas dari para konsumen. Apalagi di Bogor sendiri ada beberapa perguruan tinggi baik Perguruan Tinggi Negeri, Perguruan Tinggi Swasta maupun Sekolah Tinggi. Adanya penurunan jumlah mahasiswa baru Universitas Pakuan dan beberapa kemungkinan pengaruh dari fungsional, simbolik dan eksperimental yang mana ketiga indikator tersebut adalah indikator dari citra merek menjadi dasar bagi perguruan tinggi untuk mengetahui penyebab penurunan tersebut serta identifikasi permasalahan agar dapat dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kembali citra perguruan tinggi, sehingga diharapkan tidak terjadi lagi penurunan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Pakuan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Verifikatif dengan metode *Explanatory Survey*. Teknik penelitian yang digunakan yaitu Statistik Inferensial. Populasi penelitian ini meliputi para mahasiswa baru Universitas Pakuan. Sampel penelitian sebanyak 360 responden yang diperoleh dengan teknik *stratified random sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner, observasi dan studi pustaka. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, rumus tanggapan responden dan uji tabulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek yang dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih Universitas Pakuan adalah memiliki dosen profesional merupakan faktor yang dominan dari indikator fungsional. Hal ini memberikan pertimbangan bagi pihak Universitas Pakuan agar dapat meningkatkan jumlah dosen profesional dimana mampu berkomunikasi dengan baik, menguasai materi pembelajaran dan mempunyai cara mengajar yang efektif. Kemudian meningkatkan kualitas dosen Universitas Pakuan dengan mengikutsertakan dosen dalam workshop, seminar dan acara diluar kampus sehingga menambah bekal dan pengalaman dosen dalam proses belajar mengajar. Dari hasil pembahasan diketahui bahwa mahasiswa memilih Universitas Pakuan melihat dari citra Universitas Pakuan yang telah terbentuk dimasyarakat dan juga Universitas Pakuan dikenal sebagai Universitas swasta terkemuka di kota Bogor. Dari hasil pembahasan diketahui bahwa kenyamanan dalam proses pembelajaran yang dirasakan oleh mahasiswa menjadi sangat penting mengingat bahwa proses pembelajaran yang efektif akan menghasilkan lulusan yang dapat bersaing di dunia kerja.

Kata kunci: Citra Merek dan Keputusan Mahasiswa

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan semaksimal mungkin. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar (S1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Adapun judul penelitian yang penulis jadikan topik pembahasan adalah “ANALISIS CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIVERSITAS PAKUAN”. Penulis telah berusaha dengan segala upaya agar skripsi ini dapat diselesaikan dalam waktu yang tepat dan menghasilkan skripsi yang memuaskan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Ibu Tutus Rully, SE, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Bapak Ferdisar Adrian selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak Arie Wibowo Irawan, S.P., M.M selaku anggota komisi pembimbing yang telah memberikan kritik, saran, motivasi dan bimbingan serta dukungan yang tiada henti kepada penulis.
4. Seluruh dosen pengajar dan karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama belajar di bangku perkuliahan.
5. Keluarga besar saya, khususnya kedua orang tua saya, yaitu Bapak M.Wahyudin (Alm) dan Ibu Sundari yang telah senantiasa mendoakan, memberikan semangat, serta dukungan baik moral maupun materiil selama ini.
6. Kakak saya Danna Septiadin Bisma Putra dan adik saya Mayang Dwi Lestari yang selalu memberikan semangat tiada henti.
7. Semua sahabat dan teman-teman seperjuangan yang selalu ada untuk saya selama ini diantaranya Guruh Brahmantyaning Handayani, Amelia Oktavianti Hamzah, Nur Maisaroh, Rias Adiwidya, Ira Deviana, M Elgi Febrian, Meirisa Violita dan teman-temanku yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu serta kepada seluruh teman-teman angkatan 2014 khususnya kelas M dan N Manajemen
8. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian proposal ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, mengingat kurangnya kemampuan dan pengetahuan penulis. Namun, penulis berusaha semaksimal mungkin untuk dapat mencapai hasil terbaik Oleh karena itu segala kritik dan saran penulis terima dengan baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Bogor, Agustus 2018

(Noni Indah Mulandari)

DAFTAR ISI

JUDUL	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>ii</i>
ABSTRAK	<i>iv</i>
KATA PENGANTAR	<i>v</i>
DAFTAR ISI	<i>vi</i>
DAFTAR TABEL	<i>viii</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>x</i>
DAFTAR LAMPIRAN	<i>xi</i>
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	<i>1</i>
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	<i>5</i>
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	<i>5</i>
1.2.2. Perumusan Masalah	<i>5</i>
1.3. Tujuan Penelitian.....	<i>6</i>
1.4. Kegunaan Penelitian.....	<i>6</i>
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	<i>6</i>
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	<i>6</i>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Manajemen Pemasaran.....	<i>7</i>
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	<i>7</i>
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	<i>7</i>
2.1.3. Tugas Manajemen Pemasaran.....	<i>8</i>
2.2. Jasa	<i>9</i>
2.2.1. Karakteristik Jasa	<i>10</i>
2.3. Merek (Brand)	<i>10</i>
2.3.1. Citra Merek (Brand Image)	<i>11</i>
2.4. Perilaku konsumen.....	<i>12</i>
2.4.1. Keputusan Pembelian	<i>13</i>
2.5. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	<i>16</i>
2.5.1. Penelitian Sebelumnya.....	<i>16</i>
2.5.2. Kerangka Pemikiran	<i>17</i>
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	<i>19</i>
3.2. Objek Penelitian, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	<i>19</i>
3.2.1. Objek Penelitian.....	<i>19</i>
3.2.2. Unit Analisis.....	<i>19</i>
3.2.3. Lokasi Penelitian	<i>19</i>
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	<i>19</i>

3.4. Operasionalisasi Variabel	20
3.5. Metode Penarikan Sampel	21
3.6. Metode Pengumpulan Data	22
3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data	23
3.7.1. Uji Validitas	23
3.7.2. Uji Reliabilitas	25
3.8. Analisis Deskriptif.	27
3.9. Tabulasi.	28
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum.....	29
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Universitas Pakuan.....	29
4.1.2. Kegiatan Usaha	30
4.1.3. Karakteristik Jasa Pendidikan.....	31
4.1.4. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	32
4.2. Kondisi atau Fakta.....	33
4.2.1. Profil Responden	33
4.2.2. Tanggapan Responden terhadap Citra Merek	35
4.2.3. Tanggapan Responden terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pakuan	49
4.3. Tabulasi Citra Merek terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pakuan.....	57
4.4. Interpretasi Hasil Penelitian	58
BAB V KESIMPULAN	
5.1. Simpulan.....	59
5.2. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Angka Lulusan Ujian Nasional	2
Tabel 2	Daftar Perguruan Tinggi dan Akademi di Kota Bogor	2
Tabel 3	Data Mahasiswa Baru Universitas Pakuan dari Tahun 2015/2016-2016/ 2017-2017/2018.....	3
Tabel 4	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	16
Tabel 5	Operasional Variabel.....	20
Tabel 6	Metode <i>Stratified Random Sampling</i>	22
Tabel 7	Hasil Uji Validitas	24
Tabel 8	Hasil Uji Reliabilitas	26
Tabel 9	Keterangan Skala Likert.....	27
Tabel 10	Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 11	Pendapatan Orang Tua Responden.....	34
Tabel 12	Pernyataan Responden Universitas Pakuan memiliki dosen professional (mampu berkomunikasi dengan baik, menguasai materi pembelajaran, cara mengajar yang efektif)	35
Tabel 13	Hasil Tanggapan Responden.....	35
Tabel 14	Pernyataan Responden Universitas Pakuan memiliki Dosen karir yang menguasai materi pembelajaran	36
Tabel 15	Hasil Tanggapan Responden.....	36
Tabel 16	Pernyataan Responden Universitas Pakuan memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan sesuai dengan tuntutan dunia kerja	37
Tabel 17	Hasil Tanggapan Responden.....	37
Tabel 18	Pernyataan Responden Universitas Pakuan didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap dan modern	38
Tabel 19	Hasil Tanggapan Responden.....	38
Tabel 20	Pernyataan Responden Universitas Pakuan memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan bakat dan minat yang dimiliki.....	39
Tabel 21	Hasil Tanggapan Responden.....	39
Tabel 22	Pernyataan Responden Universitas Pakuan adalah kampus yang terkenal diseluruh Indonesia.....	40
Tabel 23	Hasil Tanggapan Responden.....	40
Tabel 24	Pernyataan Responden Reputasi Universitas Pakuan lebih baik dibandingkan Universitas lain	41
Tabel 25	Hasil Tanggapan Responden.....	41
Tabel 26	Pernyataan Responden Universitas Pakuan memiliki popularitas tinggi dimata masyarakat.....	42
Tabel 27	Hasil Tanggapan Responden.....	42
Tabel 28	Pernyataan Responden Universitas Pakuan merupakan universitas terkemuka di kota Bogor	43
Tabel 29	Hasil Tanggapan Responden.....	43

Tabel 30	Pernyataan Responden Universitas Pakuan merupakan universitas yang memiliki citra baik dimata masyarakat.....	44
Tabel 31	Hasil Tanggapan Responden	44
Tabel 32	Pernyataan Responden Mahasiswa telah mendengar hal-hal baik mengenai Universitas Pakuan	45
Tabel 33	Hasil Tanggapan Responden	45
Tabel 34	Pernyataan Responden Universitas Pakuan sering direkomendasikan oleh orang-orang sekitar	46
Tabel 35	Hasil Tanggapan Responden	46
Tabel 36	Pernyataan Responden Universitas Pakuan memiliki lulusan dengan pekerjaan yang bagus	47
Tabel 37	Hasil Tanggapan Responden	47
Tabel 38	Pernyataan Responden Universitas Pakuan membuat mahasiswa merasa nyaman dalam proses pembelajaran	48
Tabel 39	Hasil Tanggapan Responden	48
Tabel 40	Tabel tanggapan responden terhadap fungsional, simbolik dan eksperiental mahasiswa memilih Universitas Pakuan.....	49
Tabel 41	Pernyataan Responden Keuangan orang tua yang tidak memungkinkan kuliah diluar Bogor.....	50
Tabel 42	Hasil Tanggapan Responden	51
Tabel 43	Pernyataan Responden Orang tua yang khawatir akan pergaulan saat kuliah diluar Bogor.....	51
Tabel 44	Hasil Tanggapan Responden	52
Tabel 45	Pernyataan Responden Banyak teman yang berkuliah di Universitas Pakuan	52
Tabel 46	Hasil Tanggapan Responden	53
Tabel 47	Pernyataan Responden Banyak teman SMA yang berkuliah di Universitas Pakuan	53
Tabel 48	Hasil Tanggapan Responden	54
Tabel 49	Pernyataan Responden Tidak diizinkan kuliah diluar Bogor.....	54
Tabel 50	Hasil Tanggapan Responden	55
Tabel 51	Pernyataan Responden Tidak diterima masuk Perguruan Tinggi Negeri	55
Tabel 52	Hasil Tanggapan Responden	56
Tabel 53	Tabel tanggapan responden terhadap fungsional, simbolik dan pengalaman mahasiswa memilih Universitas Pakuan	56
Tabel 54	Tabel tanggapan responden terhadap sikap orang lain dan faktor situasional mahasiswa mwmlilh Universitas Pakuan.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Trend Peminat Universitas Pakuan 3 Tahun Terakhir	4
Gambar 2	Model Perilaku Konsumen Jasa.....	13
Gambar 3	Proses Keputusan Pembelian	13
Gambar 4	Langkah-langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	15
Gambar 5	Konstelasi Penelitian.....	18
Gambar 6	Jenis Kelamin Responden	34
Gambar 7	Pendapatan Orang Tua Responden	34

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 KUESIONER PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIVERSITAS PAKUAN
- Lampiran 2 INPUT DATA RESPONDEN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pendidikan merupakan salah satu upaya untuk menyediakan tenaga kerja berkualitas yang mampu mengemban tugas secara individu ataupun kelompok dengan baik. Sehingga pendidikan dapat dijadikan kebutuhan primer yang mana posisinya menjadi sangat penting agar generasi suatu negara di masa yang akan datang mampu bersaing ditingkat lokal maupun internasional. Masyarakat di suatu negara tentu memiliki harapan untuk dapat melanjutkan dan menyelesaikan pendidikannya hingga ke jenjang paling tinggi. Masyarakat yang memilih untuk melanjutkan pendidikannya hingga ke jenjang paling tinggi akan dihadapkan pada berbagai pilihan dan permasalahan. Masyarakat tersebut akan dihadapkan pada beragam pilihan perguruan tinggi, jenjang pendidikannya, hingga pilihan berbagai macam program studi. Selain itu, masyarakat juga harus memikirkan hal lainnya untuk dipertimbangkan.

Perguruan tinggi adalah institusi yang memiliki peran dan posisi strategis dalam pencapaian tujuan pendidikan secara makro yang perlu melakukan upaya perbaikan secara terus menerus untuk mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Menurut UU 2 tahun 1989 (Pasal 16 ayat 1), Perguruan tinggi merupakan kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk mempersiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian.

Perguruan tinggi di Indonesia berkembang sangat pesat. Peningkatan pertumbuhan itu dimulai sejak 2005. Pada 2005, terdapat 2.408 perguruan tinggi yang tercatat di Indonesia (<https://nasional.tempo.com>). Selanjutnya pada tahun 2017, berdasarkan data Kementerian Riset Teknologi dan Perguruan Tinggi (Ristek Dikti), jumlah unit perguruan tinggi yang terdaftar mencapai 4.504 unit. Angka ini didominasi oleh perguruan tinggi swasta (PTS) yang mencapai 3.136 unit. Sedangkan perguruan tinggi negeri (PTN) menjadi unit paling sedikit, yakni 122 unit. Sisanya adalah perguruan tinggi agama dan perguruan tinggi di bawah kementerian atau lembaga negara dengan sistem kedinasan. Dengan bertambahnya jumlah perguruan tinggi di Indonesia, maka persaingan menjadi semakin ketat. Perguruan tinggi negeri mendominasi persaingan dikarenakan memiliki banyak peminat namun kuotanya terbatas. Dapat dilihat untuk tahun 2017 daya tampung PTN dilihat dari penerimaan melalui jalur SBMPTN yaitu sebanyak 128.085. Terbatasnya kuota penerimaan mahasiswa baru khususnya PTN tercantum dalam Peraturan Menteri No.126 tahun 2016. Sedangkan jumlah siswa yang lulus ujian nasional di tingkat nasional sebanyak 1.263.211 siswa. Berikut adalah tabel jumlah angka lulusan ujian nasional dari tahun 2015-2017:

Tabel 1
Angka Lulusan Ujian Nasional

	2015	2016	2017
Nasional	1.423.607	1.473.600	1.263.211
Persentase		3.51	14.27

Sumber : *ristekdikti2017*

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan ada 1.263.211 siswa yang menjadi *potential market* bagi setiap Universitas Negeri maupun Swasta. Tetapi, persaingan didunia pendidikan baik negeri maupun swasta dalam menguasai pasar mahasiswa sangat ketat. Ketatnya persaingan tersebut mendorong setiap universitas untuk memaksimalkan kinerjanya dalam memenangkan persaingan dan mengevaluasi sejauh mana universitas tersebut sudah menguasai pasar yang ada.

Dengan adanya kuota untuk masuk perguruan tinggi negeri menyebabkan calon mahasiswa yang tidak lulus masuk perguruan tinggi negeri beralih ke perguruan tinggi swasta. Hal ini menjadi peluang bagi perguruan tinggi swasta untuk menerapkan strategi atau metode pemasaran yang tepat, agar dapat menarik minat calon mahasiswa untuk dapat melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi tersebut. Selain itu, perguruan tinggi atau institusi perlu juga mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasaran.

Ketatnya persaingan antar perguruan tinggi untuk membuat calon mahasiswa tertarik melanjutkan pendidikannya pada perguruan tinggi tersebut juga terjadi di kota Bogor. Terdapat sedikitnya 11 perguruan tinggi dan Akademi di kota Bogor yaitu sebagai berikut:

Tabel 2
Daftar Perguruan Tinggi dan Akademi di Kota Bogor

No	Nama Perguruan Tinggi dan Akademi
1	Akademi Kimia Analisis
2	Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian
3	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “Triguna”
4	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “Kesatuan”
5	Universitas Pakuan
6	Akademi Kebidanan Bogor
7	Akademi Kebidanan Bogor Husada
8	Akademi Keperawatan Bogor
9	Institut Pertanian Bogor
10	Universitas Ibn Khaldun
11	Universitas Nusa Bangsa

Sumber : *BPS Kota Bogor 2015*

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa di Kota Bogor sendiri memiliki satu perguruan tinggi negeri dan sisanya adalah swasta. Adapun PTN tersebut yaitu Institut Pertanian Bogor (IPB). Sedangkan salah satu perguruan tinggi swasta di kota Bogor adalah

Universitas Pakuan. Universitas Pakuan adalah perguruan tinggi swasta terbesar di kota Bogor yang terletak di Jalan Pakuan P.O Box 452 Bogor. Perguruan tinggi ini memiliki berbagai jenjang program studi yang ditawarkan, yaitu program diploma, sarjana, pasca sarjana dan doktor. Universitas Pakuan menawarkan enam fakultas yaitu fakultas hukum, ekonomi, keguruan dan ilmu pendidikan, ilmu sosial dan ilmu budaya, teknik, dan yang terakhir matematika dan ilmu pengetahuan alam. Dalam kurun waktu 2 tahun terakhir universitas pakuan mengalami penurunan jumlah peminat, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 3:

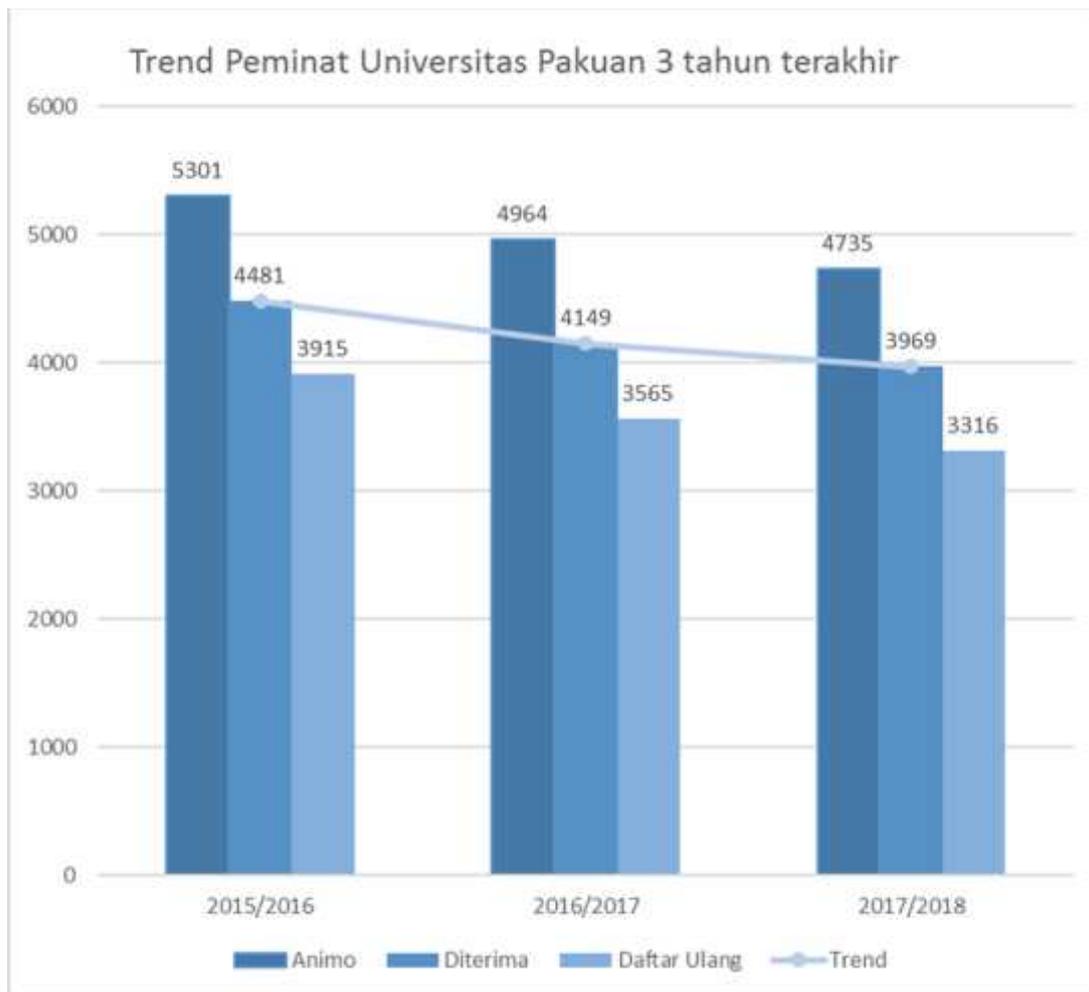
Tabel 3

Data Mahasiswa Baru Universitas Pakuan dari tahun 2015/2016 - 2016/2017 – 2017/2018

Tahun Ajaran		Fakultas						Jumlah	Persentase Penurunan
		FH	FE	FKIP	FISIB	FT	FMIPA		
2015/2016	Pendaftar	402	1308	809	911	464	1407	5301	-
	Diterima	376	1155	688	845	392	1025	4481	-15.5
	Registrasi Ulang	323	1014	582	712	341	943	3915	-12.6
2016/2017	Pendaftar	464	1082	621	892	462	1443	4964	-
	Diterima	419	935	550	793	398	1054	4149	-16.4
	Registrasi Ulang	376	808	469	678	334	900	3565	-14.1
2017/2018	Pendaftar	463	970	523	865	436	1478	4735	-
	Diterima	420	868	476	771	370	1064	3969	-16.1
	Registrasi Ulang	350	713	421	638	307	887	3316	-16.5

Sumber : Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) Universitas Pakuan 2017

Berdasarkan tabel 3, dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah mahasiswa Universitas Pakuan untuk 2 tahun terakhir. Kemudian apabila dilihat dari jumlah mahasiswa yang melakukan registrasi ulang jauh lebih rendah dibandingkan mahasiswa yang diterima dengan persentase untuk tahun 2015/2016 sebesar 12,6%, untuk tahun 2016/2017 sebesar 14,1% dan untuk tahun 2017/2018 sebesar 16,5%.



Gambar 1
Trend Peminat Universitas Pakuan 3 Tahun Terakhir

Berdasarkan gambar 1, dilihat bahwa terjadi penurunan pendaftar yang diikuti jumlah mahasiswa dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Dapat diketahui untuk tahun 2015/2016 pendaftar Universitas Pakuan yaitu sebesar 5301 dan jumlah registrasi ulang sebesar 4481. Untuk tahun 2016/2017 pendaftar Universitas Pakuan yaitu sebesar 4964 dan jumlah registrasi ulang sebesar 3565. Untuk tahun 2017/2018 pendaftar Universitas Pakuan yaitu sebesar 4735 dan jumlah registrasi ulang sebesar 3316. Salah satu keunggulan Universitas Pakuan adalah membuka pendaftaran mahasiswa baru lebih lama dibandingkan Universitas lain, gelombang 1 pada bulan April, gelombang 2 mulai dari Mei pertengahan sampai Juli, gelombang 3 pada bulan Agustus-September. Seharusnya hal tersebut bisa menjadi kekuatan untuk meningkatkan minat yang secara langsung akan meningkatkan keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikannya di Universitas Pakuan. Namun fenomena tersebut tidak tercermin dari data mahasiswa yang melakukan registrasi ulang, jumlah mahasiswa registrasi ulang lebih rendah dibandingkan mahasiswa yang telah dinyatakan diterima. Disebabkan oleh mahasiswa tersebut lebih memilih Universitas lain atau karena hasil pengumuman SBMPTN pada 13-Juni-2017 (<https://edukasi.kompas.com>) menyatakan mahasiswa tersebut lulus.

Sehingga mahasiswa lebih tertarik secara *image* terhadap Universitas pilihannya. Sedangkan mahasiswa yang melakukan registrasi ulang dipastikan tidak lulus SBMPTN.

Dewasa ini perguruan tinggi dipandang sebagai dunia usaha yang potensial. Karena itu, citra dari sebuah perguruan tinggi atau universitas menjadi sangat penting bagi para pengembang usaha di bidang pendidikan. Citra yang bagus mencerminkan kualitas dari universitas tersebut. Namun adanya persaingan yang ketat, membuat universitas harus memaksimalkan kinerja dan mengembangkan keunggulan bersaing. Salah satu caranya adalah dengan mengembangkan nama perguruan tinggi sehingga memiliki citra merek yang kuat di mata masyarakat yang kemudian citra tersebut akan terus ada di benak masyarakat dan menimbulkan kepercayaan. Oleh karena itu citra merek yang baik akan mempengaruhi konsumen dalam hal ini mahasiswa untuk memutuskan melanjutkan studi di universitas tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan di atas, penulis tertarik untuk mengambil judul “Analisis Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pakuan”.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan jumlah mahasiswa Universitas Pakuan untuk 2 tahun terakhir
2. Terjadinya penurunan peminat calon mahasiswa yang diikuti dengan penurunan jumlah mahasiswa yang melakukan registrasi ulang
3. Persaingan ketat yg mengharuskan universitas mengembangkan nama perguruan tinggi sehingga memiliki citra merek yang kuat dimata masyarakat.

1.2.2. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana citra merek Universitas Pakuan ?
- 2) Hal apa saja yang dominan menjadi keputusan mahasiswa memilih Universitas Pakuan ?
- 3) Citra merek manakah yang diprioritaskan untuk diperbaiki dari Universitas Pakuan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan:

- 1) Untuk menganalisis citra merek Universitas Pakuan.
- 2) Untuk menganalisis keputusan mahasiswa memilih Universitas Pakuan.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

(a) Bagi penulis

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk penulis sehingga dapat menambah wawasan, pengetahuan serta pemahaman mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih melanjutkan studi di Universitas Pakuan.

(b) Bagi pembaca

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan bagi para pembaca, khususnya mengenai pengaruh variabel yang digunakan yaitu citra merek terhadap keputusan mahasiswa memilih melanjutkan studi di Universitas Pakuan.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak terkait dalam hal ini universitas, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan universitas, terutama yang berhubungan dengan Citra Merek sehingga bisa mempertahankan jumlah peminat.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pemasaran

Pengertian pemasaran (*marketing*) oleh para ahli dikemukakan berbeda-beda dalam penyajian dan penekanannya. Berikut ini beberapa definisi mengenai pemasaran yang penulis kutip dari para ahli:

Menurut Kotler dan Keller (2009: 5) pengertian pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial.

Sedangkan, dalam definisi sosial yang dimaksud pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. (Kotler Keller, 2009:5)

Berikut pengertian pemasaran menurut AMA (American Marketing Association) yang dikutip dari Kotler dan Keller (2009: 5) Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 6) pengertian pemasaran (marketing) sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Teori tersebut menjelaskan bahwa Pemasaran sering di diartikan sama dengan distribusi dimaksudkan segala kegiatan untuk menyampaikan barang-barang ke tangan konsumen (rumah tangga) dan ke konsumen industri.

Dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

2.1.2. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran memegang peran yang sangat penting dalam melihat serta menganalisis segala sesuatu yang terjadi di pasar. Adapun pengertian manajemen pemasaran sebagai berikut:

Menurut Kotler dan Keller (2009: 5), Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan

pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Menurut Gunawan Adisaputro (2014 ; 5) manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu pengetahuan tentang cara memilih pasar sasaran dan mendapatkan, memelihara hubungan, dan meningkatkan jumlah pelanggan melalui proses kreasi, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang superior.

Menurut Sofjan Assauri (2013 ; 12) manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran / transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Menurut Buchari Alma (2013 ; 130) manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu pengetahuan memilih pasar sasaran melalui kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan program-program yang disusun untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan.

2.1.3. Tugas Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran memiliki berbagai tugas yang harus mereka lakukan agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan dapat bersaing serta mampu mempertahankan posisi perusahaan. Berikut ini tugas manajemen pemasaran menurut Kotler & Keller (2009;35) yaitu:

1. Mengembangkan Strategi dan Rencana Pemasaran
Tugas yang pertama adalah mengidentifikasi peluang jangka panjang potensialnya serta menentukan rencana pemasaran yang konkrit yang menspesifikasi strategi dan taktik pemasaran untuk maju.
2. Merebut Pencerahan Pemasaran
Membutuhkan informasi pemasaran dan mengumpulkan berbagai informasi lingkungan agar dapat mengukur potensi pasar dan meramalkan permintaan di masa depan.
3. Berhubungan Dengan Konsumen
Mempertimbangkan cara menciptakan nilai terbaik untuk pasar sasaran dan mengembangkan hubungan jangka panjang yang kuat dan mampu menghasilkan laba dengan para konsumen.

4. **Membangun Merek Yang Kuat**
Memahami kelemahan dan kelebihan produk perusahaan agar tidak dapat digunakan oleh produk-produk pesaing atau produk-produk baru dalam kategori produk terkait.
5. **Membentuk Tawaran Pasar**
Inti program pemasaran ada produk tawaran berwujud dari perusahaan kepada pasar yang mencakup mutu produk, rancangan, fitur dan kemasan serta harga yang diberikan harus sepadan dengan nilai yang dirasakan penawar.
6. **Menyerahkan Nilai**
Menentukan bagaimana cara menyerahkan secara tepat nilai yang dimasukkan oleh produk dan pelayanan perusahaan pada pasar sasaran.
7. **Mengkomunikasikan Nilai**
Kegiatan komunikasi pemasaran merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk mencoba menginformasikan, membentuk, dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang merek yang mereka jual.
8. **Menciptakan Pertumbuhan Jangka Panjang**
Perusahaan harus memiliki pandangan jangka panjang tentang produk atau pelayanan serta mereknya dan bagaimana laba akan bertumbuh. Berdasarkan penentuan posisi produknya, harus mengembangkan produk baru, menguji dan meluncurkannya.

2.2. Jasa

Jasa merupakan serangkaian aktivitas yang ditawarkan untuk dijual yang bersifat tidak teraba. Adapun pengertian jasa menurut para ahli adalah sebagai berikut :

Fandy Tjiptono (2012, 15) menyatakan bahwa “Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual”.

Selanjutnya menurut Andriasan Sudarso (2016, 32) Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa jasa adalah aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

2.2.1. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki berbagai karakteristik yang dapat mempengaruhi kegiatan pemasaran. Menurut Danang Sunyoto (2014, 189) mengatakan karakteristik jasa dibedakan menjadi empat, yakni:

1. Tidak Berwujud
Pelayanan mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian.
2. Tidak Dapat Dipisahkan
Suatu bentuk pelayanan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak hadir, produk fisik yang berwujud tetap ada.
3. Heterogenitas
Industri pelayanan atau penjual pelayanan individu tidak mungkin mengadakan standarisasi output. Setiap unit pelayanan itu berbeda satu sama lain.
4. Cepat hilang dan permintaan yang fluktuasi
Pelayanan cepat hilang dan tidak dapat disimpan serta pasaran pelayanan yang berubah-ubah menurut musim. Karena cepat rusak dan permintaan yang berubah-ubah, maka perlu adanya pengelolaan yang tepat.

Sedangkan menurut Lovelock dan Wirtz (2011: 37), karakter dari *service* atau jasa adalah sebagai berikut:

1. *Intangibility*
Tidak berwujud secara fisik, jasa tidak dapat disentuh, dilihat, ataupun didengar, namun hanya dapat dialami.
2. *Heterogeneity*
Hasil dari sebuah jasa sangat bervariasi. Apabila dilakukan atau disampaikan oleh orang yang berbeda saja akan mengeluarkan hasil yang berbeda.
3. *Inseparability*
Konsumen dan proses penyampaian jasa tidak dapat dipisahkan. Jasa hanya akan tersampaikan apabila ada konsumen yang bersangkutan.
4. *Perishability*
Jasa tidak bertahan lama, juga tidak dapat diinventoris, disimpan, dikembalikan, ataupun dijual kembali karena hanya terjadi saat dialami. Dapat disimpulkan bahwa terdapat 4 karakteristik jasa, yaitu *intangibility*, *heterogeneity*, *inseparability*, dan *perishability*.

2.3. Merek

Menurut Kotler (2009:258) Merek adalah produk atau jasa yang dimensinya mendiferensiasikan merek tersebut dengan beberapa cara dari produk atau jasa lainnya yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama. Perbedaan ini bisa fungsional, rasional, atau nyata – berhubungan dengan kinerja produk dari merek.

Perbedaan ini bisa juga lebih bersifat simbolis, emosional, atau tidak nyata – berhubungan dengan apa yang direpresentasikan merek.

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.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa merek atau *brand* adalah produk atau jasa yang dimensinya yaitu berupa gambar, nama kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut mendiferensiasikan merek tersebut dengan beberapa cara dari produk atau jasa lainnya yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama.

2.3.1. Citra Merek

Menurut Marieke K. de Mooji (2010 ; 277) *brand image is the representation of the brand in the mind of the consumer.*

Menurut Freddy Rangkuti (2009 ; 90) citra merek adalah persepsi merek yang dihubungkan dengan asosiasi merek yang melekat dalam ingatan konsumen.

Menurut Ali Hasan (2013 ; 210) citra merek merupakan serangkaian sifat tangible dan intangible, seperti ide, keyakinan, nilai-nilai, kepentingan, dan fitur yang membuatnya menjadi unik. Secara visual dan kolektif, sebuah brand image harus mewakili semua karakteristik internal dan eksternal yang mampu mempengaruhi bagaimana sebuah merek itu dirasakan oleh target pasar atau pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2011 ; 112) citra merek yakni deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.

Citra merek / *brand image* yang baik mencerminkan kualitas dari jasa dimana dapat diukur menggunakan dimensi-dimensi. Menurut Park et al (1986; 136) adapun dimensi tersebut, yaitu:

1. Functional

Funtional facets of brand image relate to solving immediate consumption-related needs.

2. Symbolic

Symbolic elements focus on internally generated needs, such as self-enhancement or group membership.

3. Experiential

Experiential brand image components answer to needs such as variety seeking or cognitive stimulation.

Dari teori menurut Park et al dapat diartikan citra merek memiliki tiga dimensi yang pertama yaitu fungsional dimana berhubungan dengan memecahkan kebutuhan

yang berkaitan dengan konsumsi langsung, kedua yaitu simbolik dimana berfokus pada kebutuhan yang dihasilkan secara internal seperti peningkatan diri atau keanggotaan group, komponen pengalaman menjawab kebutuhan seperti mencari variasi atau stimulasi kognitif.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa citra merek adalah persepsi merek yang dihubungkan dengan asosiasi merek yang melekat dalam ingatan konsumen yang memiliki sifat tangible dan intangible, seperti ide, keyakinan, nilai-nilai, kepentingan, dan fitur yang membuatnya menjadi unik. Dimana terdapat tiga indikator dari citra merek yaitu fungsional, simbolik, eksperimental.

2.4. Perilaku Konsumen

Tujuan utama pemasar adalah melayani dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, pemasar perlu memahami bagaimana perilaku konsumen dalam memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Kotler dan Keller (2009, 166) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2010: 37) ada tiga fase perilaku konsumen dalam konteks jasa:

1. *Pre-purchase phase*

Dimana keputusan akan dibuat pada fase ini. Terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan diantaranya adalah faktor internal, faktor eksternal, faktor dari perusahaan dan resiko.

2. *The service counter*

Yaitu keadaan dimana secara nyata terjadi interaksi antara konsumen

3. *Post purchase phase*

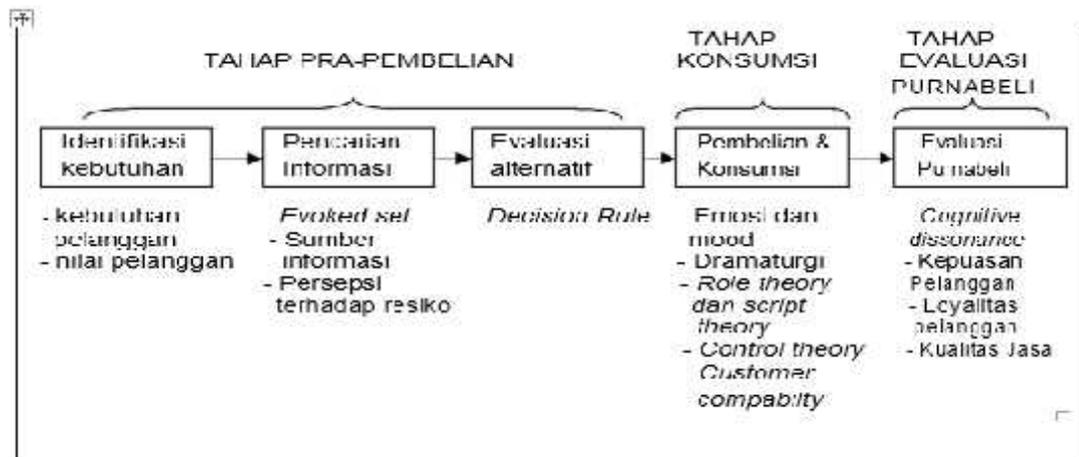
Yaitu keadaan dimana konsumen akan membuat suatu evaluasi dari kualitas jasa yang diterima, apakah mereka puas atau tidak puas, untuk yang puas selanjutnya akan melakukan pembelian ulang, konsumen menjadi loyal dan akan memberikan rekomendasi dari mulut kemulut yang positif. Tetapi sebaliknya, untuk konsumen yang tidak puas mereka akan berpindah kepenyedia jasa lain dan juga akan memberikan rekomendasi dari mulut kemulut yang negatif.

Menurut Tjiptono (2007, 210) menyatakan bahwa perilaku konsumen jasa terdiri dari tiga tahap yaitu:

1. Tahap prapembelian mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadi transaksi pembelian dan pemakaian jasa. Tahap ini meliputi tiga proses, yaitu identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif.

2. Tahap konsumsi merupakan tahap proses keputusan konsumen, dimana konsumen membeli atau menggunakan produk atau jasa.
3. Tahap evaluasi purnabeli merupakan tahap dimana konsumen akan membuat suatu evaluasi dari kualitas jasa yang diterima, apakah mereka puas atau tidak puas, untuk yang puas selanjutnya akan melakukan pembelian ulang, konsumen menjadi loyal dan akan memberikan rekomendasi dari mulut kemulut yang positif. Tetapi sebaliknya, untuk konsumen yang tidak puas mereka akan berpindah kepenyedia jasa lain dan juga akan memberikan rekomendasi dari mulut kemulut yang negatif.

Menurut Fandy Tjiptono (2007, 210) menyatakan bahwa perilaku konsumen jasa terdiri dari tiga tahap yaitu prapembelian, konsumsi, dan evaluasi purna beli. Tahap prapembelian mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadi transaksi pembelian dan pemakaian jasa. Tahap ini meliputi tiga proses, yaitu identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Tahap konsumsi merupakan tahap proses keputusan konsumen, dimana konsumen membeli atau menggunakan produk atau jasa. Sedangkan tahap evaluasi purnabeli merupakan tahap proses pembuatan konsumen sewaktu konsumen menentukan apakah konsumen sudah telah melakukan keputusan pembelian yang tepat.



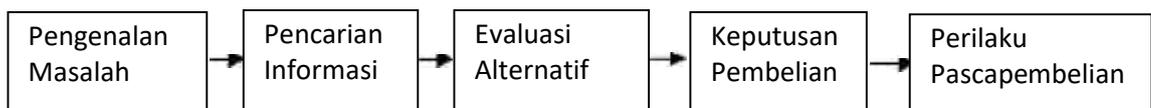
Sumber: Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. 2007

Gambar 2

Model Perilaku Konsumen Jasa

2.4.1. Keputusan Pembelian

Tahap keputusan pembelian adalah tahap dimana seorang konsumen memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa atau tidak.



Sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 2009

Gambar 3

Proses Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009, 184) penjelasan mengenai proses diatas adalah sebagai berikut:

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Para pemasaran perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Mereka kemudian dapat menyusun strategi pemasaran yang mampu memicu minat konsumen.

2) Pencarian Informasi

Dalam mencari informasi konsumen dibedakan kedalam dua tingkatan. Dimana tingkat pencarian yang lebih rendah disebut perhatian tajam. Pada tingkat ini seseorang mencari informasi kemudian hanya mengendapkannya dalam ingatan. Pada tingkat berikutnya, seseorang memasuki pencarian informasi aktif. Sumber informasi konsumen yaitu:

- a. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga dan kenalan.
- b. Sumber komersial: iklan, wiraniaga, agen, kemasan dan penjualan.
- c. Sumber publik: media massa dan organisasi penilai konsumen.
- d. Sumber pengalaman: penanganan, pemeriksaan dan menggunakan produk.

3) Evaluasi Alternatif

Tidak ada proses evaluasi tunggal sederhana yang digunakan oleh semua konsumen atau oleh salah satu konsumen dalam semua situasi pembelian. Ada beberapa proses, dan sebagian besar model terbaru melihat konsumen membentuk sebagian besar penilaian secara sadar dan rasional. Beberapa konsep dasar yang akan membantu dalam proses evaluasi konsumen: Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan; Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk; Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini. Atribut minat pembeli bervariasi sesuai produk. Konsumen akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang menghantarkan manfaat yang memenuhi kebutuhan kita.

4) Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi para konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melakukan maksud pembelian, konsumen bias mengambil lima sub-keputusan: merek (merek A), penyalur (penyalur 2), kuantitas (satu komputer), waktu (akhir minggu), dan metode pembayaran (kartu kredit).

a. Model Nonkompensatoris dari Pilihan Konsumen

Model ekspektasi nilai merupakan model kompensatoris, yaitu hal-hal yang dianggap baik untuk setiap produk dapat menutup hal-hal yang dianggap buruk. Dengan model ini pilihan konsumen pertimbangan atribut positif dan negatif tidak selalu saling mengurangi. Mengevaluasi atribut yang berada isolasi membuat konsumen lebih mudah mengambil keputusan.

b. Faktor Pengintervensi

Walaupun konsumen membentuk evaluasi merek, dua faktor berikut diantara niat pembelian dan keputusan pembelian:

- Sikap orang lain

Faktor pertama adalah sikap orang lain. Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal: (1) intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan (2) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

- Faktor situasional yang tidak diantisipasi

Faktor ini dapat muncul dan mengubah niat pembelian.



Gambar 4

Langkah-langkah antara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian

5) Perilaku Pascapembelian

Setelah membeli produk maka konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Jika produk dan perusahaan memperlakukan konsumen sesuai dengan harapan maka konsumen puas, jika melebihi harapan konsumen akan sangat puas, jika produk dan perusahaan memperlakukan konsumen kurang dari harapan maka konsumen akan tidak puas. Kepuasan konsumen akan membawa implikasi pada perilaku pembelian (*repurchase*) atau bahkan merekomendasikan (*recommended*) produk tersebut kepada orang lain untuk membelinya.

Keputusan konsumen, diasumsikan sebagai keputusan mahasiswa merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan perguruan tinggi. Keputusan yang dipilih mahasiswa dalam melanjutkan studi ke perguruan tinggi adalah kunci bagi keberlangsungan siklus sebuah perguruan tinggi karena mahasiswa merupakan salah

satu aset yang terpenting bagi sebuah perguruan tinggi. Keputusan yang diambil oleh mahasiswa merupakan keputusan konsumen dalam memilih perguruan tinggi sebagai tempat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi lagi, yang secara garis besar dijelaskan dalam perilaku konsumen.

2.5. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.5.1. Penelitian Sebelumnya

Tabel 4
Hasil Penelitian Sebelumnya

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1.	Karina Pradityas Putri (2011)	Pengaruh <i>Brand Image</i> , Biaya Pendidikan dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang	Brand image, biaya pendidikan dan Fasilitas Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa	Analisis Regresi Berganda	Hasil uji t membuktikan bahwa variabel independen (brand image, biaya pendidikan, dan fasilitas pendidikan) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan melanjutkan studi pada Program Diploma III FE Undip.
2.	Iken Mety Wulandari (2013)	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi (Studi Kasus pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember)	<i>brand image</i> dan lokasi terhadap Keputusan mahasiswa	Analisis Regresi Berganda	Kedua variabel brand image dan lokasi sama-sama berpengaruh signifikan dan variabel yang paling dominan adalah variabel lokasi dengan persentase sebesar 44,1% terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi.
3.	Eka Hafilah (2015)	Pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Strata 1 (S-1) di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	<i>Word of Mouth</i> dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Berganda	Variabel Word of Mouth (WOM) dan Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan keputusan mahasiswa memilih Program S-1 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan tingkat pengaruh yang kuat.

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
4.	Ari Rachmat Riyadi (2013)	Pengaruh citra merek, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan pada kursus Bahasa Inggris LIA (Studi Kasus pada LIA Pamulang)	citra merek, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan	Analisis Regresi Berganda	secara parsial variabel citra merek, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan
5.	Andy Novian Istanto (2016)	Pengaruh citra merek, lokasi dan biaya terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta Tahun 2016	citra merek, lokasi dan biaya terhadap keputusan mahasiswa	Analisis Regresi Berganda	Pertama, H_0 diterima H_a ditolak artinya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek, lokasi dan biaya terhadap keputusan mahasiswa memilih UNS Tahun 2016. Kedua, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan mahasiswa memilih UNS Tahun 2016. Ketiga, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan mahasiswa memilih UNS Tahun 2016. Keempat, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara biaya terhadap keputusan mahasiswa memilih UNS

2.5.2. Kerangka Pemikiran

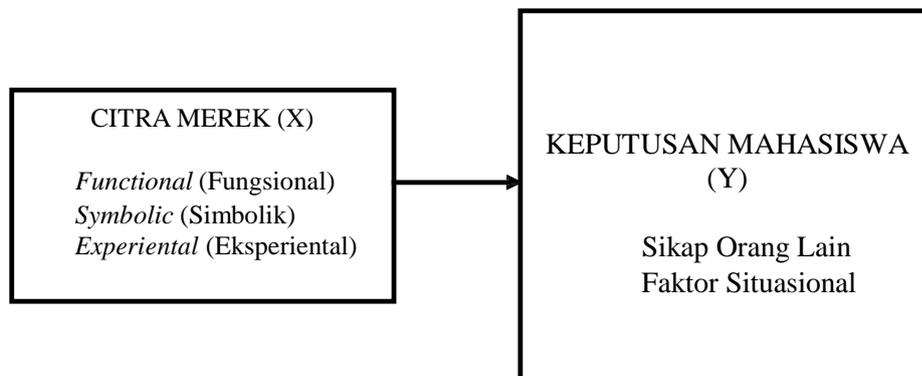
Citra (*image*) dapat dilihat sebagai suatu komponen pendukung bagi sebuah merek (*brand*), dimana citra dianggap sebagai hal yang bisa mewakili suatu produk atau kesan yang dimunculkan dari suatu produk. Jika *brand* diibaratkan mengenal manusia dari namanya, maka *image* merupakan kesan yang kita lihat dari manusianya.

Menurut Marieke K. de Mooji (2010 ; 277) "*Brand image is the representation of the brand in the mind of the consumer*". Selanjutnya, Hasan (2013 ; 210) menyatakan bahwa citra merek merupakan serangkaian sifat *tangible* dan *intangibile*,

seperti ide, keyakinan, nilai-nilai, kepentingan, dan fitur yang membuatnya menjadi unik. Citra dipandang sebagai suatu hal yang penting bagi perusahaan, sebab citra adalah salah satu kriteria yang digunakan konsumen dalam membuat keputusan membeli. Apabila suatu universitas memiliki manfaat fungsional seperti penyediaan fasilitas pendidikan yang baik, memiliki staff pengajar yang profesional agar dihasilkan mahasiswa yang lebih baik. Kemudian suatu universitas memiliki manfaat simbolik seperti memiliki reputasi positif agar penilaian konsumen baik dan memperkenalkan universitas sebagai universitas yang terkemuka atau memiliki popularitas yang tinggi dibanding pesaing agar lebih diminati konsumen. Yang terakhir adalah manfaat pengalaman yaitu konsumen cenderung melihat mutu lulusan universitas tersebut dan nyaman dalam proses pembelajaran. Ketiga manfaat tersebut merupakan dimensi atau unsur dari citra merek. Jadi bila semakin baik citra merek universitas tersebut, maka akan mempengaruhi konsumen dalam hal ini mahasiswa untuk melanjutkan studi di universitas tersebut.

Hasil dari penelitian terdahulu yang tulis oleh Karina Pradityas Putri (2011) menyatakan bahwa “Aspek citra merek bisa menjadi pertimbangan calon mahasiswa dalam menentukan pilihan universitasnya sehingga tidak terjadi kekecewaan dikemudian hari setelah menentukan pilihan”.

Dibawah ini merupakan gambaran pemikiran antara hubungan variabel X terhadap variabel Y.



Gambar 5
Konstelasi Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian verifikatif dengan metode *explanatory survey*. Jenis dan metode penelitian ini digunakan untuk menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh serta hubungan sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas atau independen yang diteliti adalah citra merek Serta pengujian hipotesis menggunakan *inferensial*. Sedangkan keputusan mahasiswa melanjutkan studi sebagai variabel terikat atau dependen.

3.2. Objek Penelitian, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah variabel yang dijadikan sebagai tema atau judul penelitian. Pada penelitian ini, terdapat variabel independen (variabel X) yaitu Citra Merek (X1). Sedangkan variabel dependen (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan mahasiswa.

3.2.2. Unit Analisis

Unit analisis adalah unit/satuan yang akan diteliti atau dianalisis. Unit analisis suatu penelitian berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan, industri, dan negara. Pada penelitian ini unit analisis yang digunakan adalah individu dan organisasi (Universitas Pakuan). Dalam hal ini yaitu mahasiswa di Universitas Pakuan semester 2. Karena, mahasiswa semester 2 persepsi tentang citra merek Universitas Pakuan belum terpengaruh oleh kepuasan yang diterima.

3.2.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat variabel-variabel penelitian dianalisis seperti organisasi/perusahaan/instansi atau daerah tertentu. Pada penelitian ini lokasi penelitian adalah Universitas Pakuan yang berlokasi di Jalan Pakuan P.O Box 452 Bogor.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah data kuantitatif sebagai penunjang data kualitatif, yaitu data mengenai jumlah, tingkatan, perbandingan, dan volume yang berupa angka-angka.

Sumber data penelitian yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti yaitu individu/orang dalam perusahaan/instansi/organisasi, kelompok individu atau

dari perusahaan/instansi/organisasi yang diteliti. Data primer ini didapat melalui kuesioner (daftar pertanyaan) yang dibagikan dan diisi oleh 360 responden yang disusun berdasarkan variabel yang telah ditentukan dengan menyediakan jawaban alternatif. Data primer dalam penelitian ini adalah data mengenai tanggapan responden terhadap variabel citra merek serta data yang menunjukkan keputusan mahasiswa melanjutkan studi yang dilakukan responden. Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, umumnya diperoleh dari penyedia data seperti media masa, perusahaan penyedia data, dan data yang digunakan peneliti dalam penelitian sebelumnya, data yang digunakan pada *statistic software*, dan sebagainya. Data sekunder ini mengacu pada Universitas Pakuan.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Dalam melakukan proses penelitian ini, variabel yang digunakan adalah:

1) Variabel Independen (Bebas)

Menurut Sugiyono (2016, 39) menyatakan bahwa variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya dan timbulnya variabel dependent (terikat). Dimana yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini yaitu: Citra Merek (X1)

2) Variabel Dependen (Terikat)

Menurut Sugiyono (2016, 39) menyatakan bahwa variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dimana yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini yaitu: Keputusan mahasiswa.

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Pada penelitian ini operasionalisasi variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 5
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Citra Merek	<i>Function</i> (Fungsional)	Memiliki staff pengajar yang profesional	Ordinal
		Memiliki fasilitas pendidikan yang baik	
	<i>Symbolic</i> (Simbolik)	Reputasi yang baik dibandingkan pesaing (reputasi positif)	
		Terkemuka	
<i>Experiential</i> (Eksperiential)	Kenyamanan dalam proses pembelajaran		

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
		Memiliki lulusan dengan pekerjaan yang bagus	
Keputusan Pembelian	Sikap Orang Lain	Orang Tua / keluarga	Ordinal
		Referensi Teman	
	Faktor Situasional	Gagal Masuk PTN	

3.5. Metode Penarikan Sampel

Pada penelitian ini metode penarikan sampel yang digunakan adalah metode *probability sampling*. Penarikan sampel dengan menggunakan *stratified random sampling* yaitu cara penarikan sampel yang dilakukan dengan memperhatikan strata (tingkatan) yang ada dalam populasi.

Unit analisis adalah mahasiswa Universitas Pakuan. Dimana total mahasiswa yang daftar ulang ditahun 2017 merupakan acuan untuk dijadikan populasi, yaitu sebanyak 3316 orang. Maka dalam penelitian ini diambil sampel dengan menggunakan metode slovin sebagai berikut:

Slovin :

$$= \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan, menggunakan tingkat kesalahan 5% atau 0,05

Perhitungan:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{3316}{1 + 3316(0,05)^2} \\
 &= \frac{3316}{1 + 3316(0,0025)} \\
 &= \frac{3316}{9,29} \\
 &= 356,94
 \end{aligned}$$

Sampel yang diperoleh adalah 356,94. Jumlah sampel dibulatkan menjadi 360 orang. (Pedoman penulisan skripsi, 2014:65)

3.6. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode sampling di atas, maka data yang terpilih dikumpulkan dengan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner atau daftar pertanyaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya tertutup dan terbuka dengan jawaban yang telah disediakan, dan harus diisi oleh responden dengan cara memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia beserta alasannya.

Tabel 6
Metode *Stratified random sampling*

Fakultas	FH	FE	FKIP	FISIB	FT	FMIPA	Jumlah
Persentase	10,6%	21,5%	12,7%	19,2%	9,3%	26,7%	100%
Banyaknya Mahasiswa	38	77	46	69	34	96	360

Sumber: Diolah oleh peneliti (2018)

HUKUM		350	35	38
EKONOMI	Akuntansi	359	43	77
	Manajemen	280	34	
KIP	Bahasa Inggris	72	8	46
	Bahasa Indonesia	107	12	
	Biologi	45	5	
	PGSD	197	21	
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya	Sastra Inggris	86	9	69
	Sastra Indonesia	12	1	
	Sastra Jepang	52	6	
	Ilmu Komunikasi	488	53	
TEKNIK	Geodesi	29	3	34
	Perenc. Wil & Kota	69	8	
	Sipil	123	14	
	Elektro	48	5	
	Geologi	38	4	
MIPA	Biologi	23	3	96
	Kimia	78	8	
	Matematika	27	3	
	Ilmu Komputer	271	29	

	Farmasi	422	46	
	Teknik Komputer	45	5	
	Sistem Informasi	21	2	
JUMLAH		3316	360	360

Sumber: Diolah oleh peneliti (2018)

2. Studi Kepustakaan

Metode studi pustaka adalah prosedur pengumpulan data yang didapatkan dari *literature-literature* yang membahas atau berkenaan tentang masalah-masalah yang diteliti dalam penelitian ini. Pengumpulan data dan informasi juga dilakukan dengan cara membaca buku dan berbagai sumber bacaan lainnya yang relevan, seperti buku manajemen pemasaran, jurnal-jurnal terkait, majalah, berita dan lainnya. Metode studi pustaka ini dapat membantu peneliti dalam memperkuat dukungan teori tentang variabel yang diteliti dan informasi-informasi yang berhubungan dengan penelitian.

3.7. Metode Pengolahan / Analisis Data

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan apakah kita benar-benar mengukur apa yang kita pikirkan sedang kita ukur. Metode yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah metode korelasi *Product Moment*.

Rumus:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r_{xy} = nilai koefisiensi pearson

n = populasi

X = jumlah nilai dalam distribusi X

Y = jumlah nilai dalam distribusi Y

XY = jumlah hasil kali antara variabel X dan Y

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data dapat dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data dinyatakan tidak valid.

Untuk mengetahui apakah tiap-tiap item valid atau tidak, penulis menggunakan bantuan aplikasi Microsoft Excel. Untuk mencari r_{tabel} dengan $n = 30$, digunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan $df = n-2$, sehingga nilai r_{tabel} dapat diketahui sebesar 0,361.

Uji validitas variabel citra merek dilakukan terhadap 3 indikator yang dijabarkan dalam 13 butir instrumen, sedangkan variabel keputusan mahasiswa memilih Universitas Pakuan dijabarkan dalam 6 butir instrumen. Berdasarkan hasil

perhitungan tersebut, maka uji validitas butir pernyataan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 7
Hasil Uji Validitas

No	Indikator	r_{tabel}	r_{hitung}	Kesimpulan
Nilai yang diharapkan		0,361	> 0,361	
Fungsi				
1	Universitas Pakuan memiliki Dosen yang professional (mampu berkomunikasi dengan baik, menguasai materi pembelajaran, cara mengajar yang efektif)	0,361	0,485	Valid
2	Universitas Pakuan memiliki Dosen Karir yang menguasai materi pembelajaran.	0,361	0,741	Valid
3	Universitas pakuan memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan sesuai dengan tuntutan dunia kerja	0,361	0,745	Valid
4	Universitas Pakuan didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap dan modern	0,361	0,483	Valid
5	Universitas Pakuan memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan bakat dan minat yang dimiliki	0,361	0,497	Valid
Simbolik				
6	Universitas pakuan adalah kampus yang terkenal diseluruh Indonesia	0,361	0,702	Valid
7	Saya percaya bahwa reputasi Universitas Pakuan lebih baik dibandingkan universitas lain	0,361	0,768	Valid
8	Universitas Pakuan memiliki popularitas tinggi di mata masyarakat	0,361	0,682	Valid
9	Universitas Pakuan merupakan universitas swasta terkemuka di kota Bogor	0,361	0,370	Valid
10	Universitas Pakuan merupakan universitas yang memiliki citra baik dimata masyarakat	0,361	0,610	Valid
Pengalaman				
11	Saya telah mendengar banyak hal-hal baik mengenai universitas pakuan	0,361	0,410	Valid
12	Universitas Pakuan sering direkomendasikan oleh orang-orang disekitar saya	0,361	0,727	Valid
13	Universitas Pakuan memiliki lulusan dengan pekerjaan yang bagus	0,361	0,791	Valid
14	Universitas Pakuan membuat mahasiswa merasa nyaman dalam proses pembelajaran	0,361	0,521	Valid
Keputusan Mahasiswa				
1	Kuangan orang tua saya yang tidak memungkinkan saya kuliah diluar Bogor	0,361	0,509	Valid
2	Orang tua saya yang khawatir akan pergaulan saat saya kuliah diluar daerah Bogor	0,361	0,765	Valid

3	Saya kuliah di Universitas Pakuan karena, banyak teman saya yang kuliah di Universitas Pakuan	0,361	0,703	Valid
4	Banyak teman sekolah SMA saya yang kuliah di Universitas Pakuan	0,361	0,728	Valid
5	Saya tidak diizinkan kuliah diluar daerah Bogor	0,361	0,517	Valid
6	Saya tidak diterima masuk PTN (Perguruan Tinggi Negeri)	0,361	0,772	Valid

Sumber : Data Diolah Peneliti dengan Excel, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas citra merek dan keputusan mahasiswa dengan sampel 30 dan $r_{tabel} = 0,361$ maka hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa 20 pernyataan di atas valid. Dengan demikian, 20 pernyataan tersebut dianggap telah tepat untuk digunakan dalam penelitian citra merek terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Pakuan.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Suatu alat ukur disebut memiliki reliabilitas tinggi atau dapat dipercaya, jika alat ukur itu mantap, dalam artian bahwa alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat diramalkan (*predictability*). Suatu alat ukur yang mantap tidak berubah-ubah pengukurannya dan dapat diandalkan karena penggunaan alat ukur tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa. Reliabilitas juga memberi aspek ketepatan atau akurasi. Adapun untuk menguji reliabilitas dapat digunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r^2 = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum t_i^2}{t^2} \right]$$

Dimana:

K = mean kuadrat antar subyek

$\sum t_i^2$ = varians total

t^2 = mean kuadrat kesalahan

Dan berikut ini rumus untuk varians total dan varians itemnya:

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

$$t^2 = \frac{t}{2}$$

Dimana:

JK_i =Jumlah kuadran seluruh skor item

JK_s =Jumlah kuadran subyek

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Indikator	Alpha Batas	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Nilai yang diharapkan		0,60	> 0,60	
Fungsi				
1	Universitas Pakuan memiliki Dosen yang professional (mampu berkomunikasi dengan baik, menguasai materi pembelajaran, cara mengajar yang efektif)	0,60	0,740	Reliabel
2	Universitas Pakuan memiliki Dosen Karir yang menguasai materi pembelajaran.	0,60	0,725	Reliabel
3	Universitas pakuan memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan sesuai dengan tuntutan dunia kerja	0,60	0,729	Reliabel
4	Universitas Pakuan didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap dan modern	0,60	0,738	Reliabel
5	Universitas Pakuan memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan bakat dan minat yang dimiliki	0,60	0,740	Reliabel
Simbolik				
6	Universitas pakuan adalah kampus yang terkenal diseluruh Indonesia	0,60	0,731	Reliabel
7	Saya percaya bahwa reputasi Universitas Pakuan lebih baik dibandingkan universitas lain	0,60	0,730	Reliabel
8	Universitas Pakuan memiliki popularitas tinggi di mata masyarakat	0,60	0,734	Reliabel
9	Universitas Pakuan merupakan universitas swasta terkemuka di kota Bogor	0,60	0,744	Reliabel
10	Universitas Pakuan merupakan universitas yang memiliki citra baik dimata masyarakat	0,60	0,737	Reliabel
Pengalaman				
11	Saya telah mendengar banyak hal-hal baik mengenai universitas pakuan	0,60	0,743	Reliabel
12	Universitas Pakuan sering direkomendasikan oleh orang-orang disekitar saya	0,60	0,733	Reliabel
13	Universitas Pakuan memiliki lulusan dengan pekerjaan yang bagus	0,60	0,723	Reliabel
14	Universitas Pakuan membuat mahasiswa merasa nyaman dalam proses pembelajaran	0,60	0,739	Reliabel
Keputusan Mahasiswa				
1	Keuangan orang tua saya yang tidak memungkinkan saya kuliah diluar Bogor	0,60	0,763	Reliabel
2	Orang tua saya yang khawatir akan	0,60	0,680	Reliabel

	pergaulan saat saya kuliah diluar daerah Bogor			
3	Saya kuliah di Universitas Pakuan karena, banyak teman saya yang kuliah di Universitas Pakuan	0,60	0,694	Reliabel
4	Banyak teman sekolah SMA saya yang kuliah di Universitas Pakuan	0,60	0,687	Reliabel
5	Saya tidak diizinkan kuliah diluar daerah Bogor	0,60	0,758	Reliabel
6	Saya tidak diterima masuk PTN (Perguruan Tinggi Negeri)	0,60	0,669	Reliabel

Sumber : Data Diolah Peneliti dengan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil uji koefisien reliabilitas citra merek dan keputusan mahasiswa menggunakan SPSS 20 menunjukkan bahwa sebanyak 20 pernyataan dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,750, Variabel citra merek terhadap keputusan mahasiswa memiliki tingkat realibilitas sangat baik karena nilai reliabilitasnya $> 0,60$. Maka dari itu pernyataan tersebut diterima. Pengertian tabulasi adalah penyusunan data dalam bentuk tabel. Tujuan tabulasi adalah agar data dapat mudah disusun, dijumlah, dan mempengaruhi penataan data untuk disajikan serta dianalisis. Proses pembuatan tabulasi bisa dilakukan dengan metode tally, menggunakan kartu, maupun menggunakan komputer.

3.8. Analisis Statistik Deskriptif

Yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai Citra Merek terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pakuan.

Tabel 9
Keterangan Skala Likert

Pilihan	Inisial	Skor
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2014:133)

Total dari nilai jawaban sertiap butir pertanyaan kemudian dibulatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan total setiap responden . Dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan total responden} = \frac{\text{Skor Total Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

3.9. Tabulasi

Pengertian tabulasi adalah penyusunan data dalam bentuk tabel. Tujuan tabulasi adalah agar data dapat mudah disusun, dijumlah, dan mempengaruhi penataan data untuk disajikan serta dianalisis. Proses pembuatan tabulasi bisa dilakukan dengan metode tally, menggunakan kartu, maupun menggunakan komputer.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum

4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Universitas Pakuan

Universitas Pakuan (Unpak) merupakan kelanjutan dari Universitas Bogor (Unbo) yang berkiprah selama hampir dua dekade sampai dengan tahun 1980. Beberapa perguruan tinggi swasta pada tahun 1977 berfusi dengan universitas ini yaitu Akademi Pariwisata, IKIP PGRI, Akademi Bahasa Asing, Akademi Sekertaris Manajemen Internasional dan Akademi Ilmu Agama Islam dengan badan penyelenggara Yayasan Perguruan Tinggi Bogor (YPTB).

Tanggal 1 November 1980, Universitas Bogor secara resmi berganti nama menjadi Universitas Pakuan di bawah Yayasan Kartika Siliwangi Pembina Universitas Pakuan (YKS-PUP), yayasan baru yang dibentuk oleh Yayasan Kartika Siliwangi sebagai pengganti YPTB seperti tersurat dalam Surat Keputusan No. Skep/27/YKS/VIII-A/10/1980.

Universitas Pakuan bergerak dalam bidang jasa pendidikan perguruan tinggi. Perguruan tinggi merupakan kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk mempersiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang berkualitas. Universitas Pakuan merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di Kota Bogor yang mampu bertahan dan bersaing di antara perguruan tinggi swasta lainnya. Di antara ketatnya persaingan, Universitas Pakuan masih menunjukkan eksistensinya dan masih mengalami perkembangan hingga saat ini.

Pada tahun 1980 Universitas Pakuan baru memiliki 4 (empat) fakultas, yaitu Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, dan Fakultas Sastra. Satu tahun kemudian dengan diperbaharunya izin operasional oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (DIKTI) dalam penyelenggaraan Program Studi di lingkungan Universitas Pakuan dengan total keseluruhan terdapat 14 (empat belas) Program Studi. Sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. No. 00330/0/1984, jumlah jurusan Unpak meningkat, sampai menjadi 16 (enam belas) Program Studi pada tahun 1997.

Berdasarkan keputusan rapat Badan Pengurus YKS-PUP tanggal 23 Oktober 2002 yang dikukuhkan dengan Akta Notaris Ny.Supiah Nurbait, S.H. No. 6 tanggal 2 November 2002, YKS-PUP berubah nama menjadi Yayasan Pakuan Siliwangi (YPS). Yayasan ini melepas diri dari hubungan organisatoris dengan Yayasan Kartika Siliwangi Bandung. Pada tahun 2003 dengan telah diperbaharunya ijin operasional penyelenggaraan Program Sudi di lingkungan Universitas Pakuan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (DIKTI) sebanyak 24 Program Studi, maka seluruh Program Studi di Universitas Pakuan telah memiliki ijin operasional.

Pada tahun yang sama Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi juga mengeluarkan izin operasional penyelenggaraan 6 (enam) Program Studi baru yaitu Program Studi (S3) Manajemen Pendidikan, (S2) Manajemen, (S1) Pendidikan Guru Sekolah Dasar, (D3) Perbankan dan Keuangan, (D3) Teknologi Komputer serta (D3) Sistem Informasi.

Pada tahun 2008 Fakultas Sastra membuka Program Studi baru yaitu (S1) Ilmu Komunikasi. Universitas Pakuan memiliki Program Doktor (S3) Manajemen Pendidikan dan Manajemen. Program Pascasarjana (S2) dengan 4 (empat) Program Studi yaitu: Administrasi Pendidikan, Manajemen Lingkungan, Ilmu Hukum, Manajemen dan Pendidikan IPA. Program Sarjana (S1) yang tergabung dalam 6 (enam) fakultas yaitu: Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Fakultas Teknik dan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam dan Program Diploma III (D3).

Sampai dengan tahun Akademik 2017-2018, Universitas Pakuan memiliki total 33 (tiga puluh tiga) Program Studi, mulai jenjang Diploma III, Sarjana, Magister dan Doktor.

4.1.2 Kegiatan Usaha

Universitas Pakuan bergerak dibidang jasa pendidikan berupa perguruan tinggi swasta di Kota Bogor yang memiliki 3 program akademik, yaitu:

1. Program Diploma
 - a. Akuntansi
 - b. Manajemen Pajak
 - c. Perbankan dan Keuangan
 - d. Teknologi Komputer
 - e. Sistem Informasi
2. Program Sarjana
 - a. Fakultas Hukum
 - Ilmu Hukum
 - b. Fakultas Ekonomi
 - Manajemen
 - Akuntansi
 - c. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
 - Pendidikan Bahasa Inggris
 - Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
 - Pendidikan Biologi
 - Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD)
 - d. Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya
 - Bahasa dan Sastra Inggris
 - Bahasa dan Sastra Indonesia
 - Bahasa dan Sastra Jepang

- Ilmu Komunikasi
- e. Fakultas Teknik
 - Teknik Geodesi
 - Perencanaan Wilayah dan Kota
 - Teknik Sipil
 - Teknik Elektro
 - Teknik Geologi
- f. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
 - Biologi
 - Kimia
 - Matematika
 - Ilmu Komputer
 - Farmasi

4.1.3 Karakteristik Jasa Pendidikan

Jasa pendidikan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu lembaga pendidikan yang menyediakan jasa tersebut. Artinya jasa pendidikan dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan (simultan) pada waktu yang sama. Jika peserta didik membeli jasa maka akan berhadapan langsung dengan penyedia jasa pendidikan.

Berdasarkan karakteristik jasa maka yang menjadi dasar bahwa pelayanan jasa pendidikan antara yang satu dengan yang lain berbeda. Dan melihat karakteristik jasa tersebut, maka jasa pendidikan diterima setelah melakukan interaksi dengan penghubung yang sangat dipengaruhi oleh siapa, kapan dan dimana proses tersebut terlaksana dan keberhasilan jasa pendidikan ditentukan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pengguna jasa pendidikan.

Kualitas tersebut akan melahirkan sebuah citra positif pada lembaga pendidikan yang mana sebuah citra positif dari pendidikan tersebut terbentuk didalam masyarakat dan masyarakat akan berfikir bahwa pendidikan tersebut bisa membantunya meraih cita-cita dan memecahkan masalah dalam melanjutkan pendidikannya.

Konsumen dalam hal ini mahasiswa pastinya akan sangat berhati-hati dalam memilih perguruan tinggi untuk melanjutkan studinya karena dalam melanjutkan studinya mahasiswa akan membutuhkan waktu kurang lebih selama 4 tahun untuk program sarjana (S1) tentunya 4 tahun bukanlah waktu yang sebentar untuk melanjutkan studi. Dalam persepsi masyarakat kuliah menjadi suatu keharusan karena ini merupakan salah satu persyaratan untuk mencari kerja. Maka dari itu konsumen dalam hal ini mahasiswa akan memilih Universitas yang benar-benar dapat dipercaya membantunya dalam meraih cita-citanya.

4.1.4 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Adapun berikut uraian tugas, wewenang, serta tanggung jawab dari masing-masing struktur organisasi adalah:

1. Senat Fakultas
 - a. Merumuskan kebijakan akademik dan pengembangan Fakultas
 - b. Merumuskan kebijakan penilaian prestasi akademik, kecakapan, dan kepribadian civitas akademika
 - c. Merumuskan norma, etika, dan tolok ukur penyelenggaraan Fakultas
 - d. Menilai pertanggungjawaban dan pelaksanaan kebijakan yang telah ditetapkan
 - e. Memberikan pertimbangan kepada pimpinan universitas mengenai calon yang diusulkan untuk diangkat menjadi pimpinan fakultas
 - f. Memberikan pertimbangan dan persetujuan atas program kerja selama periode jabatan dan program kerja tahunan Dekan
 - g. Menetapkan penjabaran pelaksanaan prinsip manajemen berbasis kinerja dan tata kelola Fakultas yang baik
 - h. Merumuskan peraturan pelaksanaan integritas akademik, kebebasan akademik, dan otonomi keilmuan di Fakultas
 - i. Menetapkan Kode Etik Dosen
 - j. Membentuk komisi-komisi yang beranggotakan anggota Senat dan apabila dianggap perlu dapat ditambah dengan anggota lain
 - k. Mengesahkan Rencana Bisnis dan Anggaran Fakultas
 - l. Mengesahkan Rencana Strategis Fakultas
2. Dekan
 - a. Menyelenggarakan pengembangan fakultas sesuai dengan misi dan visi yang disampaikan dan dipertanggungjawabkan di depan Senat Fakultas.
 - b. Membina dan mengembangkan penelitian baik secara individual maupun kelompok di bidang penelitian murni, terapan murni, terapan dan pesanan institusi lain.
 - c. Melaksanakan kebijakan pengabdian masyarakat yang berorientasi pada PIP.
 - d. Membina dan mengembangkan tenaga edukatif dan administratif.
 - e. Menjalin hubungan kerja sama yang harmonis diantara sivitas akademika.
 - f. Menyusun arah dan pedoman pelaksanaan pendidikan pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.
 - g. Memberikan laporan bulanan, tengah tahunan dan tahunan kepada Rektor.
 - h. Mengelola, menghimpun dana masyarakat untuk pendidikan, mengadministrasikan, menganggarkan dan mempertanggungjawabkan kepada stakeholder secara terbuka dan transparan.
3. Wakil Dekan
 - a. Bidang Akademik

- 1) Membantu dekan dalam memimpin program studi tingkat sarjana dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
 - 2) Mewakili dekan dalam kegiatan bidang akademik, perencanaan, dan kerjasama.
 - 3) Bertanggung jawab kepada dekan.
- b. Bidang Administrasi dan Umum
- 1) Membantu dekan dalam memimpin pelaksanaan kegiatan di bidang keuangan, kepegawaian, administrasi umum, dan perlengkapan.
 - 2) Mewakili dekan dalam bidang administrasi umum dan rumah tangga.
 - 3) Bertanggung jawab kepada dekan.
- c. Bidang Kemahasiswaan
- 1) Membantu dekan dalam memimpin pelaksanaan kegiatan di bidang organisasi mahasiswa, penalaran mahasiswa, pembinaan minat dan bakat mahasiswa, dan kesejahteraan mahasiswa serta mengkoordinasikan kegiatan Ikatan Orang Tua Mahasiswa dan alumni di tingkat fakultas.
 - 2) Mewakili dekan dalam bidang pembinaan dan penalaran mahasiswa.
 - 3) Bertanggung jawab kepada dekan.
4. Ketua Program Studi
Menyusun rencana, memberi petunjuk dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan pendidikan dan pengajaran yang dilaksanakan dosen di lingkungan program studi berdasarkan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan tugas
5. Sekretaris Program Studi
Membantu tugas-tugas ketua program studi, penyelenggaraan administrasi jurusan yang berkaitan dengan staf/ pengajaran, mahasiswa dan kegiatan perkuliahan

4.2. Kondisi atau Fakta

4.2.1. Profil Responden

1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 10
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Pria	157	43,6%
2	Wanita	203	56,4%
Jumlah		360	100%

Sumber : Data kuesioner diolah peneliti (2018)



Gambar 6

Jenis Kelamin Responden

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin pria lebih banyak dibandingkan responden berjenis kelamin wanita yakni mencapai 58,90% responden dan jumlah responden wanita sebesar 41,10% responden.

2. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua

Tabel 11

Pendapatan Orang Tua

No	Umur	Jumlah Responden	Presentase
1	<Rp.3.000.000	98	27.2%
2	Rp.3.000.000-Rp.6.000.000	202	56.1%
3	>Rp.6.000.000	60	16.7%
Jumlah		360	100%

Sumber : Data kuesioner diolah peneliti (2018)



Gambar 7

Pendapatan Orang Tua Responden

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa rata-rata pendapatan orang tua responden berada diantara Rp.3.000.000-Rp.6.000.000 yang berarti bahwa orang tua responden berada dikalangan menengah.

4.2.2. Tanggapan Responden terhadap Citra Merek

1. Fungsional

- a. Universitas Pakuan memiliki Dosen yang profesional (mampu berkomunikasi dengan baik, menguasai materi pembelajaran, cara mengajar yang efektif) dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 12

Universitas Pakuan memiliki Dosen yang professional (mampu berkomunikasi dengan baik, menguasai materi pembelajaran, cara mengajar yang efektif)

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	274	76.11%	1096
Setuju	3	78	21.67%	234
Tidak Setuju	2	8	2.22%	16
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1346

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dengan melihat tabel 12 didapat hasil pernyataan koresponden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 274 atau 76,11% memilih sangat setuju dari total banyaknya responden.

$$a g g a a a = \frac{1346}{1440} \times 100\% = 93.5\%$$

Tabel 13

Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	93.5%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 13 bahwa hasil dari total tanggapan responden sebesar 93.5% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan koresponden tentang Universitas Pakuan memiliki Dosen yang professional (mampu berkomunikasi dengan baik, menguasai materi pembelajaran, cara mengajar yang efektif).

b. Pendapat responden mengenai mengenai Universitas Pakuan memiliki Dosen karir yang menguasai materi pembelajaran dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 14
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan memiliki Dosen karir yang menguasai materi
pembelajaran

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	237	65.83%	948
Setuju	3	99	27.50%	297
Tidak Setuju	2	24	6.67%	48
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1293

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dengan melihat tabel 14 didapat hasil pernyataan koresponden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 237 atau 65.83% memilih sangat setuju dari total banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1293}{1440} \times 100\% = 89.8\%$$

Tabel 15
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	89.8%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 15 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 89.8% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan koresponden tentang Universitas Pakuan memiliki dosen karir yang menguasai materi pembelajaran dikelas.

- c. Pendapat responden mengenai Universitas Pakuan memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan sesuai dengan tuntutan dunia kerja dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 16
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan
sesuai dengan tuntutan dunia kerja

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	272	75.56%	1088
Setuju	3	81	22.50%	243
Tidak Setuju	2	7	1.94%	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1345

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dengan melihat tabel 16 didapat hasil pernyataan koresponden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 272 atau 75.56% memilih sangat setuju dari total banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1345}{1440} \times 100\% = 93.4\%$$

Tabel 17
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	93.4%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 17 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 93.4% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan koresponden tentang Universitas Pakuan memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan sesuai dengan tuntutan dunia kerja.

- d. Pendapat responden mengenai Universitas Pakuan didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap dan modern dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 18
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap dan modern

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	270	75.00%	1080
Setuju	3	80	22.22%	240
Tidak Setuju	2	10	2.78%	20
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1340

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dengan melihat tabel 18 didapat hasil pernyataan koresponden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 270 atau 75.00% memilih sangat setuju dari total banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1340}{1440} \times 100\% = 93.1\%$$

Tabel 19
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	93.1%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 19 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 93.1% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan koresponden tentang Universitas Pakuan didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap dan modern.

- e. Pendapat responden mengenai Universitas Pakuan memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan bakat dan minat yang dimiliki dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 20
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan
bakat dan minat yang dimiliki

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	262	72.78%	1048
Setuju	3	88	24.44%	264
Tidak Setuju	2	10	2.78%	20
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1332

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dengan melihat tabel 20 didapat hasil pernyataan koresponden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 262 atau 72.78% memilih **sangat setuju** dari total banyaknya responden.

Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a \ a = \frac{1332}{1440} \times 100\% = 92.5\%$$

Tabel 21
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
	0,76-1,00	Sangat Setuju	92.5%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 21 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 92.5% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan koresponden tentang Universitas Pakuan memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan bakat dan minat yang dimiliki.

2. Simbolik

- a. Pendapat responden mengenai simbolik dengan pernyataan Universitas Pakuan adalah kampus yang terkenal diseluruh Indonesia dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 22
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan adalah kampus yang terkenal diseluruh Indonesia

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	221	61.39%	884
Setuju	3	127	35.28%	381
Tidak Setuju	2	12	3.33%	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1289

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dari tabel 22 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 221 atau 61.39% memilih sangat setuju dari banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1289}{1440} \times 100\% = 89.5\%$$

Tabel 23
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	89.5%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 23 hasil dari perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 89.5% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan koresponden tentang Universitas Pakuan adalah kampus yang terkenal diseluruh Indonesia.

- b. Pendapat responden mengenai simbolik dengan pernyataan reputasi Universitas Pakuan lebih baik dibandingkan Universitas lain dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 24
Pernyataan Responden
Reputasi Universitas Pakuan lebih baik dibandingkan Universitas lain

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	228	63.33%	912
Setuju	3	107	29.72%	321
Tidak Setuju	2	25	6.94%	50
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1283

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 24 hasil pernyataan koresponden terbanyak yaitu sebesar 228 atau 63.33% menyatakan sangat setuju dari banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1283}{1440} \times 100\% = 89.1\%$$

Tabel 25
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	89.1%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dari tabel 25 didapat hasil perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 89.1% yang berarti tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan koresponden tentang reputasi Universitas Pakuan lebih baik dibandingkan Universitas lain.

- c. Pendapat responden mengenai simbolik dengan pernyataan Universitas Pakuan memiliki popularitas tinggi dimata masyarakat dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 26
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan memiliki popularitas tinggi dimata masyarakat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	242	67.22%	968
Setuju	3	96	26.67%	288
Tidak Setuju	2	22	6.11%	44
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1300

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dari tabel 26 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 242 atau 67.22% memilih sangat setuju dari banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1300}{1440} \times 100\% = 90.3\%$$

Tabel 27
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	90.3%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 27 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 90.3% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan tentang Universitas Pakuan memiliki popularitas tinggi dimata masyarakat.

- d. Pendapat responden mengenai simbolik dengan pernyataan Universitas Pakuan merupakan universitas terkemuka di kota Bogor dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 28
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan merupakan universitas terkemuka di kota Bogor

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	295	81.94%	1180
Setuju	3	56	15.56%	168
Tidak Setuju	2	9	2.50%	18
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1366

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dari tabel 28 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 295 atau 81,94% memilih sangat setuju dari banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1366}{1440} \times 100\% = 94.9\%$$

Tabel 29
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	94.9%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari table 29 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 94.9% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan tentang Universitas Pakuan merupakan universitas terkemuka di kota Bogor.

- e. Pendapat responden mengenai simbolik dengan pernyataan Universitas Pakuan merupakan universitas yang memiliki citra baik dimata masyarakat dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 30
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan merupakan universitas yang memiliki citra baik dimata masyarakat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	282	78.33%	1128
Setuju	3	72	20.00%	216
Tidak Setuju	2	6	1.67%	12
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1356

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dari tabel 30 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 282 atau 78.33% memilih sangat setuju dari banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1356}{1440} \times 100\% = 94.2\%$$

Tabel 31
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	94.2%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 31 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 94.2% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan tentang Universitas Pakuan merupakan universitas yang memiliki citra baik dimata masyarakat.

3. Eksperiental

- a. Pendapat responden mengenai eksperiental dengan pernyataan mahasiswa telah mendengar hal-hal baik mengenai Universitas Pakuan dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 32
Pernyataan Responden
Mahasiswa telah mendengar hal-hal baik mengenai
Universitas Pakuan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	223	61.94%	892
Setuju	3	127	35.28%	381
Tidak Setuju	2	10	2.78%	20
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1293

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dari tabel 32 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 223 atau 61.94% memilih sangat setuju dari banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1293}{1440} \times 100\% = 93.5\%$$

Tabel 33
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	89.8%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 33 hasil dari perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 89.8% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan tentang mahasiswa telah mendengar hal-hal baik mengenai Universitas Pakuan.

- b. Pendapat responden mengenai eksperimental dengan pernyataan Universitas Pakuan sering direkomendasikan oleh orang-orang sekitar dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 34
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan sering direkomendasikan oleh orang-orang sekitar

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	268	74.44%	1072
Setuju	3	75	20.83%	225
Tidak Setuju	2	17	4.72%	34
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1331

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 34 hasil pernyataan koresponden terbanyak yaitu sebesar 268 atau 74.44% menyatakan sangat setuju dari banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1331}{1440} \times 100\% = 92.4\%$$

Tabel 35
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	92.4%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dari tabel 35 didapat hasil perhitungan total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 92.4% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan tentang Universitas Pakuan sering direkomendasikan oleh orang-orang sekitar.

- c. Pendapat responden mengenai eksperimental dengan pernyataan Universitas Pakuan memiliki lulusan dengan pekerjaan yang bagus dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 36
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan memiliki lulusan dengan pekerjaan yang bagus

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	266	73.89%	1064
Setuju	3	90	25.00%	270
Tidak Setuju	2	4	1.11%	8
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1342

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dari tabel 36 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 266 atau 73.89% memilih sangat setuju dari banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1342}{1440} \times 100\% = 93.2\%$$

Tabel 37
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	93.2%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 37 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 93.2% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan tentang Universitas Pakuan memiliki lulusan dengan pekerjaan yang bagus.

- d. Pendapat responden mengenai eksperimental dengan pernyataan Universitas Pakuan membuat mahasiswa merasa nyaman dalam proses pembelajaran dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 38
Pernyataan Responden
Universitas Pakuan membuat mahasiswa merasa nyaman dalam proses pembelajaran

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	276	76.67%	1104
Setuju	3	77	21.39%	231
Tidak Setuju	2	7	1.94%	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1349

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dari tabel 38 didapat hasil pernyataan koresponden terbanyak sebesar 276 atau 76.67% memilih sangat setuju dari banyaknya responden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1349}{1440} \times 100\% = 93.7\%$$

Tabel 39
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	93.7%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 39 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 93.7% yang artinya tanggapan responden menyatakan sangat setuju dari pernyataan tentang Universitas Pakuan membuat mahasiswa merasa nyaman dalam proses pembelajaran.

Tabel 40
Tabel tanggapan responden terhadap fungsional, simbolik dan pengalaman mahasiswa memilih Universitas Pakuan

	Indikator	Hasil	Keterangan
<i>Fungsional</i>	1. Dosen yang profesional	93.5	
	2. Dosen karir yang menguasai materi	89.8	
	3. Kurikulum yang selalu diperbaharui.	93.4	
	4. Sarana dan prasarana yang lengkap dan modern	93.1	
	5. Memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan bakat	92.5	
Rata-rata manfaat fungsional			92.4
<i>Simbolik</i>	1. Kampus yang terkenal diseluruh Indonesia	89.5	
	2. Reputasi Universitas Pakuan lebih baik dari universitas lain	89.1	
	3. Memiliki popularitas tinggi dimata masyarakat.	90.3	
	4. Universitas swasta terkemuka di kota Bogor	94.9	
	5. Memiliki citra yang baik dimata masyarakat	94.2	
Rata-rata manfaat simbolik			91.6
<i>Eksperiental</i>	1. Mendengar banyak hal-hal baik mengenai Universitas Pakuan.	89.8	
	2. Sering direkomendasikan oleh orang-orang sekitar.	92.4	
	3. Memiliki lulusan dengan pekerjaan yang bagus	93.2	
	4. Mahasiswa merasa nyaman dalam proses pembelajaran	93.7	
Rata-rata manfaat eksperiental			92.3
Rata-rata variabel citra merek			92.1

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 40 rata-rata untuk ketiga indikator citra merek tersebut (fungsional, simbolik dan eksperiental) yaitu sebesar 92.1. Didapatkan nilai untuk indikator fungsional sebesar 92.4, adapun pernyataan untuk indikator fungsional yang memiliki nilai dibawah rata-rata yaitu dosen karir yang menguasai materi, artinya dosen karir yang ada di Universitas Pakuan perlu melakukan peningkatan dalam penguasaan materi agar penyampaian materi pembelajaran bisa lebih efektif. Nilai untuk indikator simbolik sebesar 91.6, adapun pernyataan yang memiliki nilai dibawah rata-rata yaitu reputasi Universitas Pakuan lebih baik dari universitas lain, kemudian Universitas Pakuan merupakan kampus yang terkenal diseluruh Indonesia dan memiliki popularitas tinggi dimata masyarakat, artinya Universitas Pakuan sebagai kampus yang terkenal diseluruh Indonesia perlu ditingkatkan dari segi sosialisasi dan promosi perlu lebih digiatkan kemudian perlu juga ditingkatkan dari

segi prestasi nasional sehingga akan berdampak pula pada reputasi dan popularitas Universitas Pakuan yang akan lebih baik dari universitas lain. Terakhir untuk indikator eksperimental yaitu sebesar 92.3. Adapun pernyataan yang dibawah rata-rata adalah mendengar banyak hal-hal baik mengenai Universitas Pakuan, artinya Universitas Pakuan perlu meningkatkan kegiatan-kegiatan yang dapat berkontribusi untuk masyarakat, agama, bangsa dan negara seperti penggalakan penanaman pohon disekitar lingkungan kampus atau mengadakan kegiatan sosial bukan hanya saat-saat tertentu.

4.2.3. Tanggapan Responden terhadap Keputusan Mahasiswa memilih Universitas Pakuan

1. Sikap Orang Lain

- a. Pendapat responden mengenai sikap orang lain dengan pernyataan keuangan orang tua yang tidak memungkinkan kuliah diluar Bogor dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 41

Pernyataan Responden

Keuangan orang tua yang tidak memungkinkan kuliah diluar Bogor

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	272	75.56%	1088
Setuju	3	81	22.50%	243
Tidak Setuju	2	7	1.94%	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1345

Dengan melihat tabel 41 didapat hasil pernyataan responden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 272 atau 75.56% memilih sangat setuju dari total banyaknya responden.

$$a g g a a a = \frac{1345}{1440} \times 100\% = 93.4\%$$

Tabel 42
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	93.4%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 42 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 93.4% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat setuju bahwa keuangan orang tua yang tidak memungkinkan kuliah diluar Bogor.

- b. Pendapat responden mengenai sikap orang lain dengan pernyataan orang tua yang khawatir akan pergaulan saat kuliah diluar Bogor dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 43
Pernyataan Responden

Orang tua yang khawatir akan pergaulan saat kuliah diluar Bogor

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	276	76.67%	1104
Setuju	3	76	21.11%	228
Tidak Setuju	2	8	2.22%	16
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1348

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dengan melihat tabel 43 didapat hasil pernyataan koresponden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 276 atau 76.67% memilih sangat setuju dari total banyaknya koresponden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1348}{1440} \times 100\% = 93.6\%$$

Tabel 44
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	93.6%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 44 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 93.6% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat setuju bahwa orang tua yang khawatir akan pergaulan saat kuliah diluar Bogor.

- c. Pendapat responden mengenai sikap orang lain dengan pernyataan banyak teman yang berkuliah di Universitas Pakuan dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 45
Pernyataan Responden
Banyak teman yang berkuliah di Universitas Pakuan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	271	75.28%	1084
Setuju	3	82	22.78%	246
Tidak Setuju	2	7	1.94%	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1344

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dengan melihat tabel 45 didapat hasil pernyataan responden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 271 atau 75.28% memilih sangat setuju dari total banyaknya koresponden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1344}{1440} \times 100\% = 93.3\%$$

Tabel 46
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	93.3%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 46 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 93.3% yang berarti tanggapan responden dinilai sangat setuju bahwa banyak teman yang berkuliah di Universitas Pakuan.

- d. Pendapat responden mengenai sikap orang lain dengan pernyataan banyak teman SMA yang berkuliah di Universitas Pakuan dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 47
Pernyataan Responden
Banyak teman SMA yang berkuliah di Universitas Pakuan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	215	59.72%	860
Setuju	3	133	36.94%	399
Tidak Setuju	2	12	3.33%	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1283

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dengan melihat tabel 47 didapat hasil pernyataan responden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 215 atau 59.72% memilih sangat setuju dari total banyaknya koresponden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu:

$$a g g a a a = \frac{1283}{1440} \times 100\% = 89.1\%$$

Tabel 48
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	89.1%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 48 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 89.1% yang berarti tanggapan responden dinilai sangat setuju bahwa banyak teman SMA yang berkuliah di Universitas Pakuan.

2. Faktor Situasional

- a. Pendapat responden mengenai faktor situasional dengan pernyataan tidak diizinkan kuliah diluar Bogor dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 49
Pernyataan Responden
Tidak diizinkan kuliah diluar Bogor

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	239	66.39%	956
Setuju	3	96	26.67%	288
Tidak Setuju	2	25	6.94%	50
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1294

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dengan melihat tabel 49 didapat hasil pernyataan responden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 239 atau 66.39% memilih sangat setuju dari total banyaknya responden.

$$a g g a a a = \frac{1294}{1440} \times 100\% = 89.9\%$$

Tabel 50
Hasil Tanggapan Responden

	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	89.9%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 50 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 89.9% yang berarti tanggapan responden dinilai sangat setuju bahwa tidak diizinkan kuliah diluar Bogor.

- b. Pendapat responden mengenai faktor situasional dengan pernyataan tidak diterima masuk Perguruan Tinggi Negeri dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 51
Pernyataan Responden
Tidak diterima masuk Perguruan Tinggi Negeri

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	240	66.67%	960
Setuju	3	99	27.50%	297
Tidak Setuju	2	21	5.83%	42
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00%	0
Total		360	100	1299

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dengan melihat tabel 51 didapat hasil pernyataan koresponden dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 240 atau 66.67% memilih sangat setuju dari total banyaknya koresponden. Berikut perhitungan total tanggapan responden yaitu :

$$a g g a a a = \frac{1299}{1440} \times 100\% = 90.2\%$$

Tabel 52
Hasil Tanggapan Responden

No	Persentase	Keterangan	Hasil
1	0,00-0,25	Sangat Tidak Setuju	
2	0,26-0,50	Tidak Setuju	
3	0,51-0,75	Setuju	
4	0,76-1,00	Sangat Setuju	90.2%

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Dapat dilihat dari tabel 52 bahwa hasil dari total tanggapan responden masuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 90.2% yang artinya tanggapan responden dinilai sangat setuju bahwa tidak diterima masuk Perguruan Tinggi Negeri.

4.3. Tabulasi Citra Merek terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pakuan

Tabel 53

Tabel tanggapan responden terhadap fungsional, simbolik dan pengalaman mahasiswa memilih Universitas Pakuan

	Indikator	Hasil	Keterangan
<i>Fungsional</i>	<i>1.Dosen yang profesional</i>	93.5	
	<i>2.Dosen karir yang menguasai materi</i>	89.8	
	<i>3.Kurikulum yang selalu diperbaharui.</i>	93.4	
	<i>4.Sarana dan prasarana yang lengkap dan modern</i>	93.1	
	<i>5.Memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan bakat</i>	92.5	
Rata-rata manfaat fungsional			92.4
<i>Simbolik</i>	<i>1.Kampus yang terkenal diseluruh Indonesia</i>	89.5	
	<i>2.Reputasi Universitas Pakuan lebih baik dari universitas lain</i>	89.1	
	<i>3.Memiliki popularitas tinggi dimata masyarakat.</i>	90.3	
	<i>4.Universitas swasta terkemuka di kota Bogor</i>	94.9	
	<i>5.Memiliki citra yang baik dimata masyarakat</i>	94.2	
Rata-rata manfaat simbolik			91.6
<i>Eksperiental</i>	<i>1.Mendengar banyak hal-hal baik mengenai Universitas Pakuan.</i>	89.8	
	<i>2.Sering direkomendasikan oleh orang-orang sekitar.</i>	92.4	
	<i>3.Memiliki lulusan dengan pekerjaan yang bagus</i>	93.2	
	<i>4.Mahasiswa merasa nyaman dalam proses pembelajaran</i>	93.7	
Rata-rata manfaat eksperiental			92.3
Rata-rata variabel citra merek			92.1

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 53 rata-rata untuk ketiga indikator citra merek tersebut (fungsional, simbolik dan eksperiental) yaitu sebesar 92.1. Didapatkan nilai untuk indikator fungsional sebesar 92.4, adapun pernyataan untuk indikator fungsional yang memiliki nilai dibawah rata-rata yaitu dosen karir yang menguasai materi, artinya dosen karir yang ada di Universitas Pakuan perlu melakukan peningkatan dalam penguasaan materi agar penyampaian materi pembelajaran bisa lebih efektif.

Nilai untuk indikator simbolik sebesar 91.6, adapun pernyataan yang memiliki nilai dibawah rata-rata yaitu reputasi Universitas Pakuan lebih baik dari universitas lain, kemudian Universitas Pakuan merupakan kampus yang terkenal diseluruh Indonesia dan memiliki popularitas tinggi dimata masyarakat, artinya Universitas Pakuan sebagai kampus yang terkenal diseluruh Indonesia perlu ditingkatkan dari segi sosialisasi dan promosi perlu lebih digiatkan kemudian perlu juga ditingkatkan dari segi prestasi nasional sehingga akan berdampak pula pada reputasi dan popularitas Universitas Pakuan yang akan lebih baik dari universitas lain.

Terakhir untuk indikator eksperiental yaitu sebesar 92.3. Adapun pernyataan yang dibawah rata-rata adalah mendengar banyak hal-hal baik mengenai Universitas Pakuan, artinya Universitas Pakuan perlu meningkatkan kegiatan-kegiatan yang dapat berkontribusi untuk masyarakat, agama, bangsa dan negara seperti penggalakan penanaman pohon disekitar lingkungan kampus atau mengadakan kegiatan sosial bukan hanya saat-saat tertentu.

. Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa nilai tanggapan responden terbesar untuk citra merek pada indikator fungsional berada pada pernyataan dosen yang profesional sebesar 93.5. berdasarkan responden

Tabel 54

Tabel tanggapan responden terhadap sikap orang lain dan faktor situasional mahasiswa memilih Universitas Pakuan

	Indikator	Hasil	Keterangan
<i>Sikap Orang Lain</i>	<i>1.Keuangan orang tua yang tidak memungkinkan kuliah diluar Bogor</i>	93.4	Sangat setuju
	<i>2.Orang tua khawatir akan pergaulan saat kuliah diluar Bogor.</i>	93.6	Sangat setuju
	<i>3.Banyak teman yang kuliah di Universitas Pakuan.</i>	93.3	Sangat setuju
	<i>4.Teman SMA banyak yang berkuliah di Universitas Pakuan</i>	89.1	Sangat setuju
<i>Faktor Situasional</i>	<i>1.Tidak diizinkan kuliah diluar Bogor</i>	89.9	Sangat setuju
	<i>2.Tidak diterima masuk PTN</i>	90.2	Sangat setuju
	Rata-rata	91.6	

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 54 dapat disimpulkan bahwa keputusan mahasiswa memilih Universitas Pakuan didapat hasil sebesar 91.6. Untuk indikator sikap orang lain, adapun pernyataan yang memiliki nilai dibawah rata-rata yaitu teman SMA banyak yang berkuliah di Universitas Pakuan sebesar 89.1. Untuk indikator faktor situasional yang perlu diperhatikan adalah tidak diizinkan kuliah diluar Bogor sebesar 89.9 dan tidak diterima masuk PTN sebesar 90.2, karena memiliki nilai dibawah rata-rata.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa nilai tanggapan responden terbesar untuk keputusan mahasiswa memilih Universitas Pakuan pada indikator orang tua khawatir akan pergaulan saat kuliah diluar Bogor sebesar 93.6 berdasarkan responden.

4.4. Interpretasi Hasil Penelitian

Manfaat fungsional, simbolik dan eksperiential dalam hal ini citra merek Universitas Pakuan berada pada rentang sangat setuju, kemudian untuk keputusan mahasiswa memilih Universitas Pakuan juga dalam rentang sangat setuju.

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan mengenai hasil analisis yang telah dilakukan. Dapat diketahui bahwa variabel citra merek yang dominan terhadap variabel keputusan mahasiswa memilih Universitas Pakuan.

Berdasarkan pengamatan yang saya lakukan di Universitas Pakuan, menunjukkan bahwa alasan mahasiswa memilih Universitas Pakuan untuk melanjutkan studi yaitu, *pertama* dilihat dari segi manfaat fungsional, dimana dosen Universitas Pakuan merupakan dosen-dosen yang profesional. *Kedua* dari segi manfaat simbolik, dimana Universitas Pakuan merupakan Universitas swasta terkemuka di kota Bogor. Dari kedua faktor dominan inilah yang mendorong keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas Pakuan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek pada Universitas Pakuan dikatakan baik jika memang faktor yang paling dominan tersebut bisa diperbaiki secepatnya.
2. Diketahui bahwa yang dominan mempengaruhi indikator fungsional yaitu pada pernyataan Universitas Pakuan memiliki dosen yang profesional.
3. Berdasarkan hasil dari tabulasi untuk pilihan indikator fungsional didapatkan nilai sebesar (92.4) berada pada kategori sangat setuju dan indikator eksperimental didapatkan nilai sebesar (92.3) berada pada kategori sangat setuju akan tetapi yang paling dominan adalah pada indikator fungsional dengan nilai sebesar (92.4) dengan pernyataan Universitas Pakuan memiliki dosen yang profesional (93.5)

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan pada pembahasan tersebut, penulis memberikan saran sebagai berikut :

- 1) Bagi pihak manajemen Universitas Pakuan
 - a. Dari hasil pembahasan diketahui universitas yang memiliki dosen profesional merupakan faktor yang dominan dari indikator fungsional. Hal ini memberikan pertimbangan bagi pihak Universitas Pakuan agar dapat meningkatkan jumlah dosen profesional dimana mampu berkomunikasi dengan baik, menguasai materi pembelajaran dan mempunyai cara mengajar yang efektif. Kemudian meningkatkan kualitas dosen Universitas Pakuan dengan mengikutsertakan dosen dalam workshop, seminar dan acara diluar kampus sehingga menambah bekal dan pengalaman dosen dalam proses belajar mengajar.
 - b. Dari hasil pembahasan diketahui bahwa mahasiswa memilih Universitas Pakuan melihat dari citra Universitas Pakuan yang telah terbentuk dimasyarakat dan juga Universitas Pakuan dikenal sebagai Universitas swasta terkemuka di kota Bogor.
 - c. Dari hasil pembahasan diketahui bahwa kenyamanan dalam proses pembelajaran yang dirasakan oleh mahasiswa menjadi sangat penting mengingat bahwa proses pembelajaran yang efektif akan menghasilkan lulusan yang dapat bersaing didunia kerja.
- 2) Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasarkan pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah khususnya manajemen, dan menerapkannya pada data yang diperoleh dari objek yang diteliti.

- 3) Bagi penelitian selanjutnya dapat melanjutkan dalam aspek:
- a) Fungsional: lebih menitik beratkan pada aspek dosen yang profesional dan dosen karir yang menguasai materi, lebih dijelaskan kembali faktor-faktor apa saja yang bisa dikatakan bahwa dosen tersebut profesional dan menguasai materi pembelajaran
 - b) Simbolik: menggali lebih lanjut tentang apa yang dimaksud dengan reputasi dan bagaimana sebenarnya reputasi tersebut terbentuk secara nyata didalam masyarakat faktor apakah yang terpenting dalam indikator simbolik tersebut.
 - c) Eksperiental: mahasiswa merasa nyaman dalam proses pembelajaran dalam pernyataan ini masih belum dijelaskan apa saja faktor yang membuat mahasiswa tersebut nyaman dalam proses pembelajaran sehingga semua materi yang diberikan oleh dosen dapat diterima dengan baik oleh mahasiswa.
 - d) Keputusan mahasiswa: dalam penelitian ini penulis mengambil teori dari buku Park et al (1986), diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan teori yang telah ada dalam buku tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: PT. Buku Seru
- Andy Novian Istanto (2016), *Pengaruh citra merek, lokasi dan biaya terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta Tahun 2016*
- Ari Rachmat Riyadi (2013), *Pengaruh citra merek, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan pada kursus Bahasa Inggris LIA (Studi Kasus pada LIA Pamulang)*
- Buchari Alma (2013), *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV. ALFABETA.
- Christopher Lovelock & H Lauren K Wright (2011), *Manajemen Pemasaran Jasa*.. Jakarta: Pt Index (Gramedia Group)
- Christopher Lovelock & Jochen Wirtz, (2016), *Services Marketing*, 8th edition. USA. World Scientific Publishing.Co.Inc
- Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2010), *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Danang Sunyoto (2012), *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS
- Danang Sunyoto (2012), *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, CAPS
- Eka Hafilah (2015), *Pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Strata 1 (S-1) di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Fandy Tjiptono (2007), *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi
- Fandy Tjiptono. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Fandy Tjiptono (2012), *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2007). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Freddy Rangkuti. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka
- Gunawan Adisaputro. (2014). *Manajemen Pemasaran (Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: STIM YKPN
- Iken 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)*.

Imam Ghozali (2016), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Karina Pradityas Putri (2011), *Pengaruh Brand Image, Biaya Pendidikan dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.*

Kotler, Philip; Armstrong, Garry (2008), Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip; Kevin Lane Keller (2009), Manajemen Pemasaran. Jilid I. Jakarta: Erlangga

Marieke K de Mooji. 2010. Global Marketing and Advertising (understanding cultural paradoxes). Sage Publications

Sugiyono (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, cetakan ke-23. Bandung: Penerbit Alfabeta

Sugiyono (2017), *Statistika Untuk Penelitian*, cetakan ke-28. Bandung: Penerbit Alfabeta

Website :

(<https://nasional.tempo.com>)

(<https://edukasi.kompas.com>)

(<https://www.unpak.ac.id>)

LAMPIRAN

KUISIONER PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIVERSITAS PAKUAN

Jenis Kelamin:

() Pria

() Wanita

Pendapatan Orang Tua :

() <Rp.3.000.000

() Rp.3.000.000-Rp.6.000.000

() >Rp.6.000.000

Keterangan cara pengisian :

Berilah tanda X untuk setiap pernyataan ini sesuai dengan jawaban yang anda pilih.

1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Setuju 4. Sangat Setuju

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Functional	Universitas Pakuan memiliki Dosen yang professional (mampu berkomunikasi dengan baik, menguasai materi pembelajaran, cara mengajar yang efektif)				
		Universitas Pakuan memiliki Dosen Karir yang menguasai materi pembelajaran.				
		Universitas Pakuan memiliki kurikulum yang selalu diperbaharui dan sesuai dengan tuntutan dunia kerja				
		Universitas Pakuan didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap dan modern				
		Universitas Pakuan memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan bakat dan minat yang dimiliki				
	Symbolic	Universitas Pakuan adalah kampus yang				

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	TS	STS
		terkenal diseluruh Indonesia				
		Saya percaya bahwa reputasi Universitas Pakuan lebih baik dibandingkan universitas lain				
		Universitas Pakuan memiliki popularitas tinggi di mata masyarakat				
		Universitas Pakuan merupakan universitas swasta terkemuka di kota Bogor				
		Universitas Pakuan merupakan universitas yang memiliki citra baik dimata masyarakat				
	Experiential	Saya telah mendengar banyak hal-hal baik mengenai universitas pakuan				
		Universitas Pakuan sering direkomendasikan oleh orang-orang disekitar saya				
		Universitas Pakuan memiliki lulusan dengan pekerjaan yang bagus				
		Universitas Pakuan membuat mahasiswa merasa nyaman dalam proses pembelajaran				
2	Sikap Orang Lain	Kuangan orang tua saya yang tidak memungkinkan saya kuliah diluar Bogor				
		Orang tua saya yang khawatir akan pergaulan saat saya kuliah diluar daerah Bogor				
		Saya kuliah di Universitas Pakuan karena, banyak teman saya yang kuliah di Universitas Pakuan				
		Banyak teman yang berkuliah di Universitas Pakuan				
	Faktor Situasional	Saya tidak diizinkan kuliah diluar daerah Bogor				
		Saya tidak diterima masuk PTN (Perguruan Tinggi Negeri)				

No Responden	Manfaat Fungsional					Total	Manfaat Simbolik					Total	Manfaat Eksperiental				Total	Keputusan Mahasiswa						Total
	1	2	3	4	5		6	7	8	9	10		11	12	13	14		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16	2	3	3	3	11	3	3	3	3	4	3	19
2	4	4	4	2	4	18	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	23
3	2	4	4	3	3	16	4	3	3	4	4	18	3	3	3	3	12	3	4	3	3	4	4	21
4	4	2	4	2	4	16	4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	15	4	4	3	3	4	4	22
5	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
6	3	2	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	11	3	3	3	3	3	3	18
7	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15	3	4	4	4	4	4	23
8	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	3	4	19	4	3	3	4	4	18	4	3	4	4	15	4	4	3	3	4	4	22
10	4	3	3	3	4	17	4	3	4	2	3	16	4	4	3	3	14	4	4	3	4	2	3	20
11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	4	24
12	3	2	3	2	4	14	2	2	3	3	3	13	4	3	2	4	13	4	2	2	3	3	3	17
13	4	3	3	4	3	17	4	3	3	4	4	18	4	4	3	3	14	3	4	3	3	4	4	21
14	4	2	3	3	3	15	4	3	3	4	4	18	3	4	2	4	13	3	4	3	3	4	4	21
15	3	4	4	3	4	18	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	16	4	3	3	4	4	3	21
16	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	3	18
17	4	3	3	3	3	16	3	3	4	3	4	17	4	4	3	3	14	3	3	3	4	3	4	20
18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	24
19	4	3	4	2	4	17	4	3	4	4	4	19	4	4	3	4	15	4	4	3	4	4	4	23
20	3	3	2	2	2	12	3	3	3	4	3	16	4	3	3	2	12	2	3	3	3	4	3	18
21	3	3	3	3	4	16	3	3	4	4	3	17	2	3	3	3	11	4	3	3	4	4	3	21
22	3	3	4	3	4	17	4	3	3	2	3	15	4	3	3	4	14	4	3	3	3	4	4	21
23	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
24	4	3	3	4	3	17	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	12	3	2	3	2	4	2	16
25	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	4	3	4	21
26	3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	16	4	2	3	3	3	4	19
27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	3	21
28	3	3	4	3	4	17	4	3	3	3	4	17	4	3	3	4	14	3	4	3	3	3	3	19
29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	3	19
30	4	4	4	4	3	19	3	3	3	2	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
31	4	2	4	4	4	18	2	4	4	4	4	18	2	4	4	4	14	4	4	4	2	4	2	20
32	4	4	4	4	4	20	2	4	3	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	2	4	4	22
33	2	2	4	4	4	16	2	2	4	4	3	15	4	4	3	4	15	4	4	3	2	2	2	17
34	3	4	4	3	4	18	3	4	3	4	4	18	4	3	4	4	15	4	3	4	3	4	4	22
35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	4	24
36	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	4	22
37	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	3	3	22
38	4	3	4	4	4	19	3	2	4	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	3	2	3	20
39	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	3	3	4	4	4	4	22
40	3	3	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	3	4	14	4	4	4	3	4	3	22
41	4	3	3	4	4	18	4	3	2	4	4	17	4	3	4	4	15	3	4	4	4	3	3	21
42	4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	4	17	3	3	3	4	13	4	4	4	3	3	3	21
43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	14	4	4	4	4	4	4	24

45	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24	
46	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	4	22
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	20	4	3	2	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23
50	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	14	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
53	3	4	4	3	4	18	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	23
54	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
58	3	3	4	3	4	17	3	3	3	4	3	16	3	4	3	4	14	4	3	3	3	3	3	19
59	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	3	3	3	17	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	15	3	3	4	4	3	4	21
61	3	3	3	4	4	17	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	3	4	4	3	4	3	21
62	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	23
63	3	4	2	4	4	17	2	2	3	4	3	14	3	2	3	4	12	2	4	3	2	2	4	17
64	3	4	4	3	4	18	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	15	4	3	4	4	3	4	22
65	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	4	24
66	2	3	4	3	4	16	3	4	4	4	3	18	4	3	3	4	14	4	3	3	3	4	3	20
67	4	3	3	3	4	17	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	14	3	3	4	3	3	3	19
68	4	2	4	4	4	18	3	2	4	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	3	2	2	19
69	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	3	3	4	4	4	4	22
70	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	3	18	3	4	3	4	14	4	3	3	3	4	3	20
71	4	3	4	4	4	19	4	3	2	4	4	17	4	3	4	4	15	4	4	4	4	3	3	22
72	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	13	4	4	4	4	3	3	22
73	3	4	4	3	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	3	3	13	4	3	4	3	4	4	22
74	4	4	3	4	4	19	3	4	3	4	4	18	3	4	4	3	14	3	4	4	3	4	4	22
75	3	4	4	3	4	18	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15	4	3	4	4	4	4	23
76	3	4	3	4	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	3	4	4	3	4	4	22
77	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	15	4	4	4	3	4	4	23
78	4	3	2	3	3	15	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	2	3	4	4	4	3	20
79	4	4	3	3	4	18	4	4	2	4	3	17	4	3	3	4	14	3	3	3	4	4	4	21
80	3	3	4	3	4	17	3	4	3	4	4	18	3	4	4	4	15	4	3	4	3	4	3	21
81	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
82	3	2	4	4	3	16	4	4	2	2	4	16	3	4	3	4	14	4	4	4	4	4	2	22
83	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	4	16	3	4	3	3	13	3	4	4	3	3	3	20
84	4	3	3	4	3	17	3	3	3	4	4	17	3	3	3	3	12	3	4	4	3	3	3	20
85	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23
86	4	3	3	4	4	18	3	2	4	4	4	17	3	4	4	4	15	3	4	4	3	2	3	19
87	4	4	3	4	4	19	4	3	3	4	4	18	3	2	3	4	12	3	4	4	4	3	4	22
88	3	3	3	4	2	15	4	4	3	4	3	18	4	3	4	4	15	3	4	3	4	4	3	21
89	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	15	4	3	4	4	3	3	21

90	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	24	
91	4	3	3	4	4	18	3	2	3	4	3	15	4	4	4	3	15	3	4	3	3	2	3	18
92	3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	2	17	4	3	4	3	14	4	4	2	4	3	4	21
93	4	4	4	3	3	18	3	3	4	4	4	18	3	4	3	4	14	4	3	4	3	3	4	21
94	4	3	4	3	4	18	3	4	4	3	3	17	4	3	3	3	13	4	3	3	3	4	3	20
95	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	3	4	3	4	3	21
96	3	3	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	3	22
97	4	2	3	4	4	17	4	3	3	4	4	18	3	2	3	3	11	3	4	4	4	3	2	20
98	4	3	3	4	3	17	4	3	3	4	4	18	3	4	4	3	14	3	4	4	4	3	3	21
99	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	13	4	4	4	4	3	4	23
100	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	3	4	3	4	4	22
101	4	4	3	3	4	18	4	2	2	4	4	16	3	4	4	4	15	3	3	4	4	2	4	20
102	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	4	24
103	3	2	3	4	2	14	2	4	3	4	2	15	3	2	3	4	12	3	4	2	2	4	2	17
104	4	3	3	4	4	18	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	14	3	4	4	4	3	3	21
105	4	2	3	4	4	17	3	4	4	4	4	19	3	4	4	3	14	3	4	4	3	4	2	20
106	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	3	4	23
107	4	4	3	3	4	18	4	3	4	4	4	19	3	4	3	3	13	3	3	4	4	3	4	21
108	4	4	3	3	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	4	3	14	3	3	4	3	4	4	21
109	3	4	4	3	4	18	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	14	4	3	4	4	3	4	22
110	4	3	4	4	4	19	3	4	3	3	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	3	22
111	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	4	23
112	4	3	3	4	3	17	3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	15	3	4	3	3	4	3	20
113	4	3	4	4	4	19	3	4	2	4	3	16	4	4	3	4	15	4	4	3	3	4	3	21
114	3	4	4	4	3	18	3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	14	4	4	4	3	3	4	22
115	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	4	18	2	3	4	4	13	4	4	4	4	3	3	22
116	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
117	4	4	4	4	4	20	4	2	3	4	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	2	4	22
118	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	4	22
119	4	3	4	3	4	18	3	4	3	4	3	17	4	4	3	4	15	4	3	3	3	4	3	20
120	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
121	3	4	4	4	3	18	3	4	2	4	4	17	3	4	4	3	14	4	4	4	3	4	4	23
122	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
123	3	4	4	4	3	18	3	4	2	4	4	17	3	4	4	3	14	4	4	4	3	4	4	23
124	3	4	4	4	3	18	4	3	3	4	4	18	3	3	4	3	13	4	4	4	4	3	4	23
125	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
126	4	4	3	4	4	19	3	2	3	4	4	16	3	4	4	3	14	3	4	4	3	2	4	20
127	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	23
128	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
129	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	3	3	22
130	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	3	3	3	4	13	4	4	4	4	4	4	24
131	4	4	3	4	4	19	4	3	3	4	4	18	3	3	4	4	14	3	4	4	4	3	4	22
132	4	4	4	4	3	19	3	3	4	3	4	17	4	3	4	4	15	4	4	4	3	3	4	22
133	4	4	3	3	4	18	4	3	3	4	4	18	3	3	3	4	13	3	3	4	4	3	4	21

134	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	15	4	3	3	3	4	4	21
135	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	23
136	4	4	3	3	4	18	3	2	2	4	4	15	3	4	4	4	15	3	3	4	3	2	4	19
137	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19	3	2	3	4	12	3	4	4	4	3	4	22
138	3	3	3	4	4	17	4	4	3	2	3	16	3	4	4	4	15	3	4	3	4	4	3	21
139	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	15	4	3	4	3	4	4	22
140	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	24
141	4	4	3	4	4	19	3	2	3	4	3	15	3	4	4	3	14	3	4	3	3	2	4	19
142	4	4	3	4	4	19	4	3	4	2	4	17	2	4	3	3	12	3	4	4	4	3	4	22
143	4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	4	19	3	4	3	4	14	4	3	4	4	3	4	22
144	4	3	4	3	4	18	3	4	4	3	3	17	3	3	3	3	12	4	3	3	3	4	3	20
145	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	3	4	4	4	4	23
146	4	3	4	4	4	19	3	4	2	4	3	16	4	4	3	4	15	4	4	3	3	4	3	21
147	3	4	4	4	3	18	3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	14	4	4	4	3	3	4	22
148	4	4	3	4	4	19	4	3	3	4	4	18	2	3	4	4	13	3	4	4	4	3	4	22
149	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
150	4	4	4	4	4	20	4	2	3	4	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	2	4	22
151	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	4	22
152	4	3	4	3	4	18	3	4	3	4	3	17	4	4	3	4	15	4	3	3	3	4	3	20
153	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
154	3	4	4	4	4	19	3	4	2	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	4	23
155	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
156	3	4	4	4	3	18	3	4	2	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	4	23
157	3	4	4	4	3	18	4	3	3	4	4	18	3	3	4	3	13	4	4	4	4	3	4	23
158	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
159	4	4	3	4	4	19	3	2	3	4	4	16	3	4	3	3	13	3	4	4	3	2	4	20
160	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	15	4	3	4	4	4	4	23
161	4	2	4	4	4	18	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	2	22
162	4	4	3	4	3	18	4	3	3	4	4	18	3	4	4	3	14	3	4	4	4	3	4	22
163	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	13	4	4	4	4	3	4	23
164	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	15	4	3	3	3	4	4	21
165	4	4	4	3	4	19	3	4	2	4	4	17	3	3	4	4	14	4	3	4	3	4	4	22
166	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	4	24
167	3	4	3	2	2	14	4	2	3	4	3	16	4	3	3	4	14	3	2	3	4	2	4	18
168	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	14	3	4	4	4	3	4	22
169	4	2	3	4	4	17	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	3	4	4	3	4	2	20
170	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	3	4	23
171	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19	3	4	3	3	13	3	4	4	4	3	4	22
172	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	19	3	4	4	3	14	3	4	4	3	4	4	22
173	3	4	4	3	4	18	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	14	4	3	4	4	3	4	22
174	4	3	4	4	4	19	3	3	3	3	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	3	3	3	21
175	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	4	23
176	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	3	21
177	4	4	3	3	4	18	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	4	20

178	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
179	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	24
180	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
181	3	3	4	3	4	17	3	3	3	4	3	16	3	4	3	4	14	4	3	3	3	3	19
182	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
183	3	4	4	4	4	19	4	3	2	4	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	3	23
184	3	3	3	4	4	17	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	3	4	4	3	4	21
185	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	23
186	3	4	4	4	4	19	3	2	3	4	3	15	4	4	3	4	15	4	4	3	3	2	20
187	3	4	4	3	3	17	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	15	4	3	4	4	4	23
188	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	24
189	2	3	4	4	4	17	3	4	4	4	4	19	2	2	4	2	10	4	4	4	3	4	22
190	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	14	4	4	4	3	3	21
191	4	3	4	4	4	19	3	2	4	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	3	2	20
192	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	3	4	4	4	4	23
193	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18	3	3	3	4	13	4	4	3	3	4	21
194	4	3	4	4	4	19	4	3	2	4	4	17	4	3	4	4	15	4	4	4	4	3	22
195	4	3	4	4	4	19	3	4	2	4	4	17	3	2	3	4	12	4	4	4	3	4	22
196	3	4	4	3	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	3	3	13	4	3	4	3	4	22
197	4	4	4	4	3	19	3	3	4	3	4	17	4	3	4	4	15	4	4	4	3	3	22
198	4	3	4	4	4	19	3	4	2	4	3	16	4	4	3	4	15	4	4	3	3	4	21
199	3	4	4	4	3	18	3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	14	4	4	4	3	3	22
200	4	4	3	4	3	18	3	4	4	4	4	19	2	3	4	3	12	3	4	4	3	4	22
201	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
202	4	4	4	4	4	20	4	2	3	4	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	2	22
203	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	22
204	4	3	4	3	4	18	3	3	4	4	4	18	4	3	4	3	14	4	3	4	3	3	20
205	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	3	22
206	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	24
207	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	16	4	4	3	4	3	21
208	4	4	4	4	3	19	3	3	4	3	4	17	4	3	4	4	15	4	4	4	3	3	22
209	4	3	4	4	4	19	4	4	3	3	4	18	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	23
210	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	4	3	3	3	4	21
211	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	23
212	4	3	4	4	4	19	4	2	2	4	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	4	2	21
213	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	3	17	3	2	3	4	12	4	4	3	4	3	21
214	3	3	3	4	2	15	4	4	3	2	4	17	3	3	4	4	14	3	4	4	4	4	22
215	4	3	4	3	4	18	3	3	4	4	4	18	4	3	4	3	14	4	3	4	3	3	20
216	4	4	2	4	3	17	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	15	2	4	4	4	3	21
217	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	2	3	4	13	4	4	4	4	3	22
218	4	2	3	4	3	16	4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	15	3	4	3	4	4	20
219	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	23
220	4	3	4	3	4	18	3	3	4	3	4	17	3	4	3	3	13	4	3	4	3	3	20
221	4	3	4	3	4	18	3	3	4	3	3	16	3	3	4	4	14	4	3	3	3	3	19
222	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	4	19	3	4	3	4	14	4	3	4	4	3	22

223	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	19	4	4	3	2	13	4	3	4	4	4	23
224	3	2	4	4	2	15	4	4	3	4	3	18	4	4	3	4	15	4	4	3	4	4	21
225	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	3	3	4	14	4	4	4	3	4	22
226	4	2	3	4	4	17	3	4	4	4	4	19	3	4	4	3	14	3	4	4	3	4	20
227	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	3	23
228	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	15	3	4	4	4	3	22
229	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	14	4	4	4	3	4	22
230	3	4	4	3	4	18	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	14	4	3	4	4	3	22
231	4	3	4	4	4	19	3	3	3	3	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	3	3	21
232	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	23
233	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	3	4	3	3	4	21
234	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	3	4	3	3	4	21
235	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
236	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	24
237	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
238	3	4	4	3	4	18	3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	15	4	3	3	3	4	21
239	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
240	4	4	4	4	3	19	3	4	3	4	4	18	4	2	4	4	14	4	4	4	3	4	23
241	4	2	4	4	2	16	2	4	4	4	4	18	4	4	4	2	14	4	4	4	2	4	20
242	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	2	16	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	22
243	2	4	4	4	2	16	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	24
244	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
245	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
246	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	22
247	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
248	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	24
249	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
250	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	23
251	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
252	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
253	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
254	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
255	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
256	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	23
257	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
258	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
259	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	2	4	4	4	22
260	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
261	2	2	4	4	4	16	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	20
262	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
263	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
264	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
265	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	2	4	22
266	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	18	4	2	4	4	14	4	4	2	4	4	22
267	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	23
268	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	22

269	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
270	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	2	4	4	4	4	4	22
271	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
272	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
273	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
274	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	2	4	4	22
275	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	2	4	4	4	4	4	22
276	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	4	4	2	4	14	4	4	4	4	4	4	24
277	4	4	2	4	4	18	4	4	3	3	4	18	3	4	4	3	14	2	4	4	4	4	4	22
278	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	3	4	4	23
279	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	23
280	4	4	3	4	3	18	4	4	2	4	3	17	3	4	4	3	14	3	4	3	4	4	4	22
281	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	3	4	15	4	4	4	3	3	4	22
282	3	4	3	4	4	18	2	3	4	4	4	17	3	4	4	4	15	3	4	4	2	3	4	20
283	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	23
284	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	4	18	3	4	4	4	15	4	4	4	4	3	3	22
285	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	2	4	4	4	14	4	4	4	3	4	3	22
286	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18	3	4	4	4	15	4	4	3	4	4	4	23
287	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	3	3	4	4	4	3	21
288	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	4	24
289	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	3	17	4	2	4	4	14	4	4	3	4	3	4	22
290	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	14	4	4	4	4	4	4	24
291	4	3	3	4	3	17	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	16	3	4	4	4	3	3	21
292	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	23
293	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17	3	4	3	3	13	4	4	4	3	3	4	22
294	4	3	4	2	4	17	3	3	4	3	3	16	4	4	3	4	15	4	2	3	3	3	3	18
295	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	3	4	3	3	13	4	4	4	4	4	4	24
296	2	4	4	3	3	16	4	3	4	3	3	17	4	4	4	4	16	4	3	3	4	3	4	21
297	4	3	4	4	3	18	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	15	4	4	4	3	4	3	22
298	4	3	3	4	4	18	3	3	4	4	3	17	4	3	4	4	15	3	4	3	3	3	3	19
299	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	24
300	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	3	17	4	2	3	4	13	4	4	3	4	3	3	21
301	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	15	4	4	3	4	4	4	23
302	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	23
303	4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	4	18	3	4	3	3	13	4	4	4	3	4	3	22
304	4	2	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	14	4	4	4	3	4	2	21
305	4	2	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	3	4	14	4	4	4	3	4	2	21
306	3	2	4	3	3	15	4	4	3	4	3	18	4	4	3	2	13	4	3	3	4	4	2	20
307	3	4	3	2	4	16	4	2	3	4	3	16	4	4	3	4	15	3	2	3	4	2	4	18
308	4	3	3	4	4	18	3	3	4	4	4	18	3	3	3	4	13	3	4	4	3	3	3	20
309	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	23
310	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
311	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
312	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
313	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
314	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
315	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	14	4	4	4	4	4	4	24

316	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
317	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
318	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
319	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	24
320	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	24
321	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
322	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	4	18	4	2	3	4	13	4	4	4	4	3	22
323	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	15	4	4	3	4	4	22
324	4	4	4	3	2	17	2	3	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	3	4	2	3	20
325	4	3	4	3	4	18	4	3	4	3	4	18	3	4	3	3	13	4	3	4	4	3	21
326	4	3	3	3	3	16	3	4	4	3	4	18	3	4	3	4	14	3	3	4	3	4	20
327	3	2	4	4	3	16	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	22
328	3	4	3	2	2	14	4	2	4	4	3	17	4	4	3	4	15	3	2	3	4	2	18
329	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	22
330	4	2	3	4	4	17	3	4	4	4	4	19	3	4	4	3	14	3	4	4	3	4	20
331	4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	3	23
332	4	4	3	4	3	18	4	3	4	4	4	19	3	4	3	3	13	3	4	4	4	3	22
333	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	3	3	4	3	13	4	4	4	3	4	22
334	3	4	4	3	4	18	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	14	4	3	4	4	3	22
335	4	3	4	4	4	19	3	3	3	3	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	3	3	21
336	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	23
337	4	3	3	4	3	17	3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	15	3	4	3	3	4	20
338	4	4	3	3	3	17	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	20
339	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
340	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	24
341	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
342	3	3	4	3	4	17	3	4	4	4	3	18	3	4	3	4	14	4	3	3	3	4	20
343	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
344	4	3	3	4	3	17	3	4	3	4	3	17	4	2	4	3	13	3	4	3	3	4	20
345	4	4	4	4	3	19	2	3	3	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	2	3	21
346	4	4	4	4	4	20	3	4	4	2	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	23
347	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	23
348	3	3	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	4	3	14	4	4	4	3	4	22
349	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	23
350	4	3	4	4	3	18	4	3	2	3	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	22
351	4	3	4	4	4	19	3	3	3	3	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	3	3	21
352	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	3	4	23
353	4	3	3	4	3	17	3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	15	3	4	3	3	4	20
354	4	4	3	3	3	17	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	20
355	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
356	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	24
357	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
358	3	3	4	3	4	17	3	4	4	4	3	18	3	4	3	4	14	4	3	3	3	4	20
359	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24
360	4	3	3	4	3	17	3	4	3	4	3	17	4	2	4	3	13	3	4	3	3	4	20