

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2019

Fajar Satrio

120.2014.213

Pengaruh Brand Image, Biaya Pendidikan, lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Baru Memilih kuliah di IBM asmi serta tinjauannya dari sudut pandang Islam .

102 halaman + xv halaman + 20 Tabel + 5 Gambar + 14 Lampiran

### Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Brand Image, Biaya Pendidikan, Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Baru memilih kuliah di IBM asmi serta tinjauannya dari sudut pandang Islam . Populasi penelitian ini adalah mahasiswa mahasiswi Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Administrasi dan Sekretari ,Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia kampus IBM asmi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sampling* yang terdapat di *non probability sampling*. Pada penelitian ini penulis menggunakan sampel sebesar 60 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dengan Uji t dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Brand Image berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan Mahasiswa baru memilih kuliah di IBM asmi. (2) Biaya Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di IBM asmi. (3) Lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan Mahasiswa baru memilih kuliah di IBM asmi. (4) Brand Image, Biaya Pendidikan, Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa baru memilih kuliah di IBM asmi dan sejalan dengan prinsip Islam. Islam mengajarkan produk Pendidikan haruslah jujur transparan dan dapat memberikan kemaslahatan bagi umatnya.

**Kata Kunci** : Brand Image, Biaya Pendidikan, Lokasi , Keputusan memilih Kuliah

## **ABSTRACT**

***Faculty of Economics And Business  
S-1 Study Program Management  
2019***

**Fajar Satrio**

**120.2014.213**

*Influence of Brand Image, Education Costs, Location on New Student Decisions Choosing to study at IBM asmi and review it from an Islamic perspective.*  
102 pages + xv pages + 20 Tabels, 5 Pictures, 14 Attachments

### ***Abstract Description***

*This study aims to determine the effect of brand image, education costs, location on the decision of new students choosing to study at IBM ASMI and review them from an Islamic perspective. The population of this study were students of the Faculty of Economics, Faculty of Administration and Secretariat, Faculty of Communication and Multimedia at IBM asmi campus. The sampling technique used was purposive sampling found in non-probability sampling. In this study the authors used a sample of 60 respondents. Data analysis method used is multiple regression analysis with t test and F test. The results showed that: (1) Brand Image has a negative and not significant effect on the decision of new students choosing to study at IBM asmi. (2) Education costs have a positive and significant impact on the decision of new students to choose to study at IBM asmi. (3) Location has a positive and not significant effect on the decision of new students choosing to study at IBM asmi. (4) Brand Image, Education Costs, Location positively influences the decision of new students to choose to study at IBM asmi and in line with Islamic principles. Islam teaches that education products must be honest, transparent and can provide benefits for their people.*

*Keywords: Brand Image, Education Cost, Location, Decision to Choose Lecture*