

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN KURIKULUM  
TERHADAP MINAT SISWA MENGIKUTI DI BIMBINGAN BELAJAR  
PRIMAGAMA TAMBUN, BEKASI**

Tesis

Oleh :

**WAHYU NUGROHO**

NPM. 201520151012



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : Pengaruh Brand Image, Harga, Kurikulum  
terhadap Minat Siswa Mengikuti di Bimbingan  
Belajar Primagama Tambun, Bekasi

Nama Mahasiswa : Wahyu Nugroho

Nomor Induk : 201520151012

Program Studi / Fakultas : Magister Manajemen / Program Pascasarjana

Tanggal Lulus Ujian Tesis :

Jakarta, 03 July 2018

**MENYETUJUI,**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

Dr. Anton Wachidin Widjaya

Dr.(C) Fransiscus Dwikotjo SS, ST, MM

NIDN.0311116501

NIDN.0329017202

Mengetahui,

Ka. Prodi Magister Manajemen

Dr. Beti Nurbaiti, STP., ME

NIDN.0314117307

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh Brand Image, Harga, Kurikulum  
terhadap Minat Siswa Mengikuti di Bimbingan  
Belajar Primagama Tambun, Bekasi

Nama Mahasiswa : Wahyu Nugroho

Nomor Induk : 201520151012

Program Studi / Fakultas : Magister Manajemen / Program Pascasarjana

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 27 July 2018

Jakarta, 27 July 2018

Mengesahkan,

Ketua Tim Penguji : Dr. Irma Setyawati, SE., MM.  
NIDN: 0001106601

Penguji I : Dwi Susanto, Ph.D  
NIDN: 0326026103

Penguji II : Dr. Anton Wachidin Widjaja, SE., MM.  
NIDN: 0311116501

MENGETAHUI,

Ketua.Program Studi Magister Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dr. Beti Nurbaiti STP., ME  
NIDN. 0314117307

  
Dr. Rorin Panday, MT. MM  
NIDN. 0425025801

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Tesis Yang Berjudul

**“Pengaruh Brand Image, Harga, Kurikulum Terhadap Minat Siswa Mengikuti Di Bimbingan Belajar Primagama Tambun, Bekasi”**

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan tesis ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Univeristas Bhayangkara Jakarata Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Univeristas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Bekasi, 27 July 2018

Yang Membuat Pernyataan,



Wahyu Nugroho

NPM. 201520151012



## ABSTRAK

**Wahyu Nugroho, 201520151012.** Pengaruh Brand Image, Harga dan Kurikulum terhadap Minat Mengikuti Di Bimbingan Belajar Tambun, Bekasi.

Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh brand image, harga dan kurikulum terhadap minat mengikuti. Penelitian ini bersifat deskriptif. Sampel diambil sebanyak 100 responden siswa yang dilakukan menggunakan dan sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Data analisis dengan menggunakan analisis kuantitatif menggunakan SPSS 22.0

Hasil uji variabel brand image berpengaruh signifikan terhadap minat siswa mengikuti di Primagama Tambun, Bekasi hal ini bisa dilihat dari nilai t-hitung 11,944 yang lebih besar dari t-tabel pada signifikan  $\alpha=0,5$ , variabel harga juga berpengaruh terhadap minat siswa mengikuti di Primagama Tambun, Bekasi hal ini bisa dilihat dari nilai t-hitung 10,232 dari t-tabel. variabel kurikulum juga berpengaruh terhadap minat siswa mengikuti di Primagama Tambun, Bekasi hal ini bisa dilihat dari nilai t-hitung 11,440 dari t-tabel. Sedangkan dari hasil uji F ketiga variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat siswa mengikuti di Primagama Tambun, Bekasi.

Hasil analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel brand image, harga dan kurikulum berpengaruh positif terhadap minat siswa mengikuti di Primagama Tambun, Bekasi.

Kata kunci : Bimbingan Belajar, Brand Image, Harga, Kurikulum, Minat , Kuantitatif

## **ABSTRAK**

**Wahyu Nugroho, 201520151012.** *The Influence of Brand Image, Price, and Curriculum on Interests Buy in Primagama Course, Tambun Bekasi.*

*The purpose of research to determinate the effect of brand image, price and curriculum and interests buy. This research is descriptive. Samples were 100 student respondents were conducted using and saturated sampling. Saturated sampling is a technique of determining the sample when all members of the population are used as a sample. Data analysis using quantitative analysis using SPSS 22.0*

*The result of the test of brand image variable has significant influence to the student's interest buy in Primagama Tambun, Bekasi this can be seen from t-hitung value 11,944 bigger than t-table at significant  $\alpha = 0,5$ , price variable also influence to student interest follow in Primagama Tambun, Bekasi this can be seen from the t-count value of 10.232 from t-table. curriculum variables also affect the student's interest to follow in Primagama Tambun, Bekasi this can be seen from the t-count value 11,440 from t-table. While the results of the F test of three independent variables simultaneously have a significant effect on student interest buy in Primagama Tambun, Bekasi.*

*The Result of analysis in this research, can be concluded that variable of brand image, price and curriculum have positive influence to student interest buy in Primagama Tambun, Bekasi.*

*Keywords: Tutoring, Brand Image, Price, Curriculum, Interest, Quantitative*

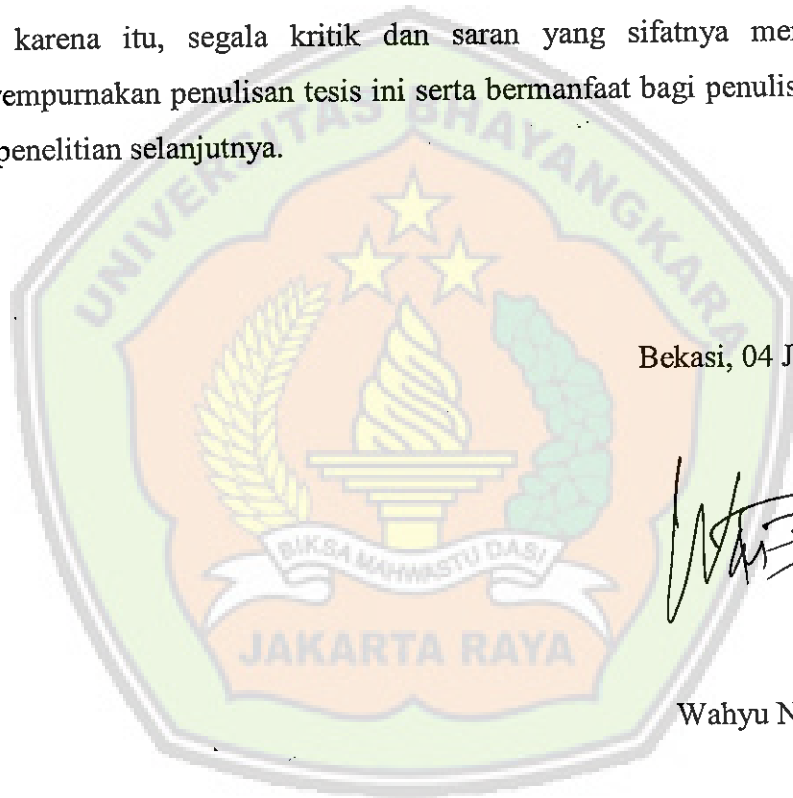
## KATA PENGANTAR

Dengan rahmat dan hidayah dari Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, KURIKULUM TERHADAP MINAT SISWA MENGIKUTI DI BIMBINGAN BELAJAR PRIMAGAMA TAMBUN, BEKASI”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih, khususnya kepada :

1. Dr. Beti Nurbati, STP., ME selaku Ketua Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Univeristas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Anton Wachidin Widjaja, SE, MM selaku dosen Pembimbing I yang telah memberi bimbingan dan arahan kepada penulis hingga selesainya tesis ini.
3. Dr. (C) Franciscus Dwikotjo S.S, S.T., MM selaku dosen Pembimbing II yang telah memberi bimbingan dan arahan kepada penulis hingga selesainya tesis ini.
4. Pak Hendri selaku Pengelola Primagama Tambun, Bekasi. Terima kasih atas data dan informasi yang telah diberikan sebelumnya.
5. Ayahanda Sukartidjo dan Ibunda tercinta Ruswati, yang telah memberikan doa, dukungan, semangat dan semua kebahagiaan untuk penulis. Semoga apa yang telah penulis lakukan selama ini dapat membuat mereka bangga.
6. Teman teman angkatan 40 yang telah memberikan sebuah persahabatan dan kerjasama serta silaturahmi yang baik selama masa kuliah di program Magister Manajemen di Univeristas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Penghuni Bimbel D'Course yang selalu memberikan dorongan semangat serta doanya dan semua kebahagiaan untuk penulis. Semoga apa yang telah penulis lakukan selama ini dapat membuat mereka bangga.

8. Dan seluruh pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan tesis ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.



Bekasi, 04 July 2018

Wahyu Nugroho



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	2
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah Penelitian .....	8
1.4 Pembatasan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERIFIKIR DAN PENGAJUAN HIPOTESIS</b> .....	10
2.1 Brand Image.....	10
2.2 Harga .....	13
2.3 Kurikulum .....	17
2.4 Minat .....	22
2.5 Penelitian Relevan .....	24
2.6 Kerangka Berfikir .....	29
2.7 Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB III METODOLOGI DAN DESAIN PENELITIAN</b>	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
3.2 Metode dan Desain Penelitian .....	31
3.3 Populasi dan Sampel .....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.5 Instrumen Penelitian .....	34
3.5.1 Instrumen Penelitian Minat .....	35
3.5.1.1 Definisi Konsep Minat .....	35
3.5.1.2 Definisi Operasional Minat .....	35
3.5.1.3 Kisi-Kisi Instrumen Minat .....	37
3.5.1.4 Uji Validitas Minat .....	38
3.5.1.5 Uji Reabilitas Minat .....	38

3.5.2 Instrumen Penelitian <i>Brand Image</i> .....	38
3.5.2.1 Definisi Konsep <i>Brand Image</i> .....	39
3.5.2.2 Definisi Operasional <i>Brand Image</i> .....	39
3.5.2.3 Kisi-Kisi Instrumen <i>Brand Image</i> .....	40
3.5.2.4 Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	42
3.5.2.5 Uji Reabilitas <i>Brand Image</i> .....	42
3.5.3 Instrumen Penelitian Harga .....	42
3.5.3.1 Definisi Konsep Harga .....	43
3.5.3.2 Definisi Operasional Harga .....	43
3.5.3.3 Kisi-Kisi Instrumen Harga .....	44
3.5.3.4 Uji Validitas Harga .....	45
3.5.3.5 Uji Reabilitas Harga .....	45
3.5.4 Instrumen Penelitian Kurikulum .....	45
3.5.4.1 Definisi Konsep Kurikulum .....	45
3.5.4.2 Definisi Operasional Kurikulum .....	46
3.5.4.3 Kisi-Kisi Instrumen Kurikulum .....	47
3.5.4.4 Uji Validitas Kurikulum .....	48
3.5.4.5 Uji Reabilitas Kurikulum .....	48
3.6 Teknik Analisa Data .....	49
<b>BAB IV ANALISIS DATADAN HASIL PENELITIAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
4.2 Deskriptif Responden .....	56
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian .....	57
4.4 Pengujian Persyaratan Analisis .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 81</b>	
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	77
<b>LAMPIRAN</b> .....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harga Bimbingan Belajar .....	4
Tabel 1.2	Kurikulum di Tempat Bimbingan Belajar .....	5
Tabel 1.3	Jumlah Siswa Primagama 2013-2016 .....	6
Tabel 2.1	Perbedaan KTSP (2006) dengan Kurtilas (2013) .....	24
Tabel 2.2	Perbedaan KTSP (2006) dengan Kurtilas (2013) .....	25
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Instrumen Minat .....	39
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Instrumen Brand Image .....	39
Tabel 3.3	Kisi-Kisi Instrumen Harga .....	46
Tabel 3.4	Kisi-Kisi Instrumen Kurikulum .....	49
Tabel 4.1	Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan .....	58
Tabel 4.2	Uji Validitas Variabel Brand Image .....	60
Tabel 4.3	Uji Validitas Harga .....	61
Tabel 4.4	Uji Validitas Kurikulum .....	61
Tabel 4.5	Uji Validitas Minat .....	61
Tabel 4.6	Hasil Uji Reabilitas .....	62
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas .....	63
Tabel 4.8	Uji Homogenitas Brand Image, Harga, Kurikulum terhadap Minat .....	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas .....	68
Tabel 4.10	Uji Linearitas Minat dengan Brand Image .....	69
Tabel 4.11	Koefisien Regresi Minat dengan Brand Image .....	70
Tabel 4.12	Uji Linearitas Minat dengan Harga .....	71
Tabel 4.13	Koefisien Regresi Minat dengan Harga .....	72
Tabel 4.14	Uji Linearitas Minat dengan Kurikulum .....	73
Tabel 4.15	Koefisien Regresi Minat dengan Kurikulum .....	74
Tabel 4.16	Uji Linearitas Brand Image,Harga, Kurikulum dengan Minat .....	75
Tabel 4.17	Koefisien Regresi Brand Image,Harga, Kurikulum dengan Minat .....	77
Tabel 4.18	Anova .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir .....	31
Gambar 3.1	Model Desain Penelitian .....	34
Gambar 4.1	Hasil Pengujian Normalitas .....	64
Gambar 4.2	Uji Normalitas Data Histogram .....	64
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	66

