

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Kerangka Teori	14
1.5.1 Brand Image	14
1.5.2 Kredibilitas Pemilik	17
1.5.3 Keputusan Memilih.....	20
1.6 Kerangka Pemikiran.....	23

1.7	Hipotesis.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		26
2.1	Brand Image	26
2.1.1	Definisi Brand Image	26
2.1.2	Faktor-faktor Pembentuk Brand Image.....	27
2.2	Kredibilitas Pemilik	28
2.2.1	Definisi Kredibilitas Pemilik	28
2.2.2	Jenis Kredibilitas	30
2.3	Keputusan Memilih.....	31
2.3.1	Definisi Keputusan Memilih	31
2.3.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Memilih	32
2.3.3	Proses Keputusan Memilih	33
2.4	Sistem Pendidikan Nasional.....	36
2.4.1	Definisi Sistem Pendidikan Nasional.....	36
2.4.2	Jenis Sistem Pendidikan Nasional.....	37
2.4.3	Pendidikan Nonformal	38
2.4.4	Bentuk Pendidikan Nonformal.....	40
2.5	Penelitian Terdahulu	41
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1	Jenis Penelitian.....	46
3.2	Objek Penelitian	47
3.3	Subjek Penelitian.....	47
3.4	Sumber Data.....	48
3.4.1	Data Primer	48
3.4.2	Data Sekunder	48
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1	Kuisisioner	49

3.5.2	Studi Pustaka.....	50
3.6	Populasi dan Sampel.....	50
3.6.1	Populasi.....	50
3.6.2	Sampel.....	51
3.7	Variabel Penelitian.....	51
3.7.1	Variabel Independent/Bebas (X).....	52
3.7.2	Variabel Dependent/Terikat (Y).....	52
3.8	Definisi Konseptual.....	52
3.9	Definisi Operasional.....	56
3.10	Uji Instrumen.....	58
3.10.1	Uji Validitas.....	58
3.10.2	Uji Realibilitas.....	60
3.11	Teknik Analisis Data.....	62
3.11.1	Uji Asumsi Klasik.....	63
3.11.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
3.11.3	Analisis Korelasi Berganda.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		69
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	69
4.2	Gambaran Responden.....	70
4.2.1	Jenis Kelamin.....	71
4.2.2	Usia.....	72
4.2.3	Pendidikan Terakhir.....	72
4.2.4	Asal Daerah.....	73
4.3	Hasil Penelitian dan Deskripsi Variabel.....	74
4.3.1	Deskripsi Variabel X1 : Brand Image DOES University.....	75
4.3.2	Deskripsi Variabel X2 Kredibilitas Pemilik.....	83
4.3.3	Deskripsi Variabel Y Keputusan Memilih.....	89
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	96

4.4.1	Uji Normalitas	97
4.4.2	Uji Linearitas.....	98
4.4.3	Uji Multikolinearitas	100
4.4.4	Uji Autokorelasi	101
4.4.5	Uji Heteroskedastisitas	102
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	102
4.6	Uji T (Parsial).....	104
4.7	Uji F (Simultan)	105
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	105
BAB V PENUTUP.....		114
5.1	Kesimpulan	114
5.2	Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....		116

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pendidikan Nonformal Animasi di Sleman	5
Tabel 1. 2 Data Pendaftar 3 Generasi Terakhir	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3. 1 Bobot kuesioner Berdasarkan Metode Skala Likert	49
Tabel 3. 2 Definisi Konseptual	53
Tabel 3. 3 Definisi Operasional	56
Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai Validitas	59
Tabel 3. 5 Interpretasi Nilai R.....	61
Tabel 3. 6 Interpretasi Nilai Reliabilitas	62
Tabel 3. 7 Kriteria Keputusan Nilai Durbin Watson.....	65
Tabel 3. 8 Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	68
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	72
Tabel 4. 4Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	73
Tabel 4. 5 Klasifikasi TCR	75
Tabel 4. 6 Tabulasi Indikator Recognition.....	75
Tabel 4. 7 Tabulasi Indikator Reputation.....	77
Tabel 4. 8 Tabulasi Indikator Affinity	79
Tabel 4. 9 Distribusi Freukensi Variabel X1	81
Tabel 4. 10 Tabulasi Indikator Expertise	83
Tabel 4. 11 Tabulasi Indikator Trustworthiness	84

Tabel 4. 12 Tabulasi Indikator Attractiveness	86
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Variabel X2	88
Tabel 4. 14 Tabulasi Indikator Kebutuhan.....	90
Tabel 4. 15 Tabulasi Indikator Pertimbangan Kualitas.....	91
Tabel 4. 16 Tabulasi Indikator Pengaruh Pihak Lain.....	93
Tabel 4. 17 Distribusi Frekuensi Variabel Y	95
Tabel 4. 18 Uji Normalitas	97
Tabel 4. 19 Uji Linearitas	98
Tabel 4. 20 Uji Multikolinearitas	100
Tabel 4. 21 Uji Autokorelasi.....	101
Tabel 4. 22 Uji heteroskedastisitas	102
Tabel 4. 23 Analisis Linear Berganda.....	103
Tabel 4. 24 Tabel Uji T (Parsial)	104
Tabel 4. 25 Tabel Uji F (Simultan)	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peta Brand Image Terhadap Variabel Lain	9
Gambar 1. 3 Tahapan Keputusan Pembelian	21
Gambar 1. 4 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan	33
Gambar 3. 1 Bagan Variabel Penelitian	52