

## ABSTRAK

**Tika Noviandari.** “Pengaruh Brand Image, dan Latar Belakang Sosial Ekonomi Keluarga terhadap Minat Melanjutkan ke Perguruan Tinggi Pada Siswa SMK Negeri 8 Purworejo”. Skripsi Pendidikan Ekonomi. FKIP, Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2015

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara brand image terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi siswa kelas XI SMK Negeri 8 Purworejo. (2) apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara latar belakang sosial ekonomi keluarga terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi siswa kelas XI SMK Negeri 8 Purworejo. (3) apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara brand image, dan latar belakang sosial ekonomi keluarga secara bersama-sama terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi siswa kelas XI SMK Negeri 8 Purworejo.

Penentuan jumlah sampel menggunakan tabel yang dikembangkan oleh *Isaac dan Michael* dengan taraf kesalahan 5% dari populasi 190 siswa diambil sampel 123 siswa. Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumen dan metode angket atau kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa brand image berada pada kategori tinggi dengan persentase 50,41%, sedangkan untuk latar belakang sosial ekonomi keluarga tergolong tinggi dengan persentase 47,97% , sedangkan untuk minat melanjutkan ke perguruan tinggi pada kategori tinggi dengan persentase 71,54%. Berdasarkan analisis kuantitatif menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara brand image dengan minat melanjutkan ke perguruan tinggi sebesar 17,38% ( $r_{x_1y} = 0,417$ ;  $\text{sig} < 0,05$ ;  $t_{\text{hitung}} = 5,023$ ). Ada pengaruh positif dan signifikan antara latar belakang sosial ekonomi keluarga dengan minat melanjutkan ke perguruan tinggi sebesar 1,76% ( $r_{x_2y} = 0,133$ ;  $\text{sig} < 0,05$ ;  $t_{\text{hitung}} = 1,466$ ). Ada pengaruh positif dan signifikan antara brand image, dan latar belakang sosial ekonomi keluarga secara bersama-sama terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi sebesar 18,70% dengan ( $R = 0,432$ ;  $(R^2) = 0,187$ ;  $F_{\text{hitung}} \text{ sebesar } 13,768$ ;  $\text{sig} = <0,05$ , dan sisanya 81,30% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi  $Y = 16,882 + 0,358X_1 + 0,354X_2$ .

**Kata kunci :** brand image, latar belakang sosial ekonomi keluarga, minat melanjutkan ke perguruan tinggi