

ABSTRAK

Perkembangan pendidikan di Indonesia yang terus menunjukkan perjalanan menuju kemajuan. Terbukti dengan mulai meratanya pendidikan di Indonesia, termasuk perguruan tinggi. Menurut data Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (Ristekdikti) menyebutkan bahwa jumlah mahasiswa baru dan perguruan tinggi terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Sehingga setiap perguruan tinggi saling bersaing untuk menjadi yang terbaik dan dipilih oleh calon mahasiswa baru.

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan perguruan tinggi swasta hasil dari irisan peringkat Kemenristekdikti, Webometrics, dan QS World berdasarkan *brand equity*. Aspek yang diteliti meliputi *brand awareness*, *brand loyalty*, *brand association* dan *perceived quality*. Selain itu juga bertujuan untuk mengetahui universitas yang paling unggul berdasar *brand equity*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survey kepada 386 responden yang merupakan masyarakat yang mengetahui adanya Telkom University, Binus University, Universitas Islam Indonesia, dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sedang atau pernah menempuh pendidikan tinggi. Ini merupakan tipe penelitian *descriptive* dengan teknik analisis *multidimensional scaling* untuk menentukan pemetaan perguruan tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Telkom University, Binus University, Universitas Islam Indonesia, dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berada dalam satu kuadran yang sama dengan jarak yang berdekatan, artinya persaingan diantara keempatnya tinggi. Selanjutnya, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memiliki nilai yang unggul dibandingkan dengan pesaingnya berdasarkan nilai *brand equity*.

Kata kunci: *Brand Equity, Brand Awareness, Brand Loyalty, Brand Associations, Perceived Quality, Multidimensional Scaling*