

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan Pembahasan dan Penelitian Hipotesis yang diterima adalah H1 yaitu terdapat pengaruh *Public Relation Promotion Activity* terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Mengapa demikian karena penelitian menunjukkan jika *Public Relation Promotion Activity* mengalami kenaikan maka Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha mengalami kenaikan. Hasil penelitian Koefisien determinasi menyatakan bahwa 0,135 atau 13,5% variasi perubahan keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen Universitas Kristen Maranatha dipengaruhi oleh *Public Relation Promotion Activity* dengan dua cara yaitu Pemasaran Langsung dan Periklanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemasaran Langsung dan Periklanan keduanya mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Nilai Besar Hubungan dari Periklanan adalah 0,463 sedangkan Pemasaran langsung adalah 0,239 Rumusan Penelitian dalam penelitian ini :

$$Y_i = \alpha_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \epsilon .$$

Arti dari persamaan di atas adalah

1. Jika X1 dan X2 bernilai nol, maka $Y = 3,825$
2. Jika X1 bertambah satu satuan dan X2 bernilai nol, maka $Y = 3,825 + 0,463 = 4,288$
3. Jika X2 bertambah satu satuan dan X1 bernilai nol, maka $Y = 3,825 + 0,239 = 4,064$

5.2 Saran

Penelitian ini mempunyai 7 indikator dari *Public Relation Promotion activity* (X) dan 5 Indikator Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha

1. *Public Relation Promotio Activity*

X1 : Periklanan

X1.1 :Informasi Tentang Universitas Kristen Maranatha Mudah Dipahami , Dalam penelitian ini X1.1 merupakan data yang valid. Dapat diketahui bahwa dari 119 responden yang menyatakan tidak setuju 48 orang atau 40,3% dan yang mengatakan setuju adalah 66 orang yaitu 55,5% dan yang mengatakan sangat

setuju adalah 5 orang atau 4,2% . Universitas Kristen Maranatha harus lebih menampilkan informasi yang lebih lengkap daripada selanjutnya agar Calon mahasiswa sendiri lebih mengetahui tentang Universitas Kristen Maranatha dan bisa memberitahukan kepada Calon mahasiswa lainnya.

X1.2 : Informasi Tentang Universitas Kristen Maranatha Dapat dipercaya, Dalam penelitian ini X1.2 merupakan data yang valid. Dapat diketahui bahwa dari 119 orang yang menyatakan Sangat Tidak Setuju adalah 1 orang atau 0,8% dan yang menyatakan Tidak Setuju 67 orang atau 56,3% dan yang menyatakan Setuju adalah 45 orang atay 37,8% dan Sangat Setuju adalah 6 orang atau 5,0%. Informasi tentang Universitas Kristen Maranatha harus Benar sesuai apa yang terjadi dan tidak dilebih-lebihkan

X1.3 : Informasi Universitas Kristen Maranatha berada pada tempat yang mudah diakses, Dalam penelitian ini X1.3 merupakan data yang valid. Dapat diketahui bahwa dari 119 orang yang menyatakan Sangat Tidak Setuju adalah 2 orang atau 1,7% dan yang menyatakan Tidak Setuju adalah 54 orang atau 45,4% dan yang menyatakan Setuju adalah 54 orang atau 46,2% dan yang menyatakan Sangat Setuju adalah 8 orang atau 6,7%.

Informasi Tentang Universitas Kristen Maranatha harus berada dalam tempat yang lebih strategis kembali dan harus bisa lebih kerjasama kepada sekolah SMA/SMU agar bisa mendapatkan tempat yang strategis yang juga mudah diakses oleh calon mahasiswa

X2 : Pemasaran Langsung

X2.1 : Mendaftar Di Universitas Kristen Maranatha Mudah, Dalam penelitian ini X2.1 merupakan data yang valid. Dapat Diketahui bahwa dari 119 orang yang menyatakan Sangat Tidak Setuju adalah 1 orang atau 0,8% dan yang menyatakan Tidak Setuju adalah 49 orang atau 41,2% dan yang menyatakan Setuju adalah 58 orang atau 48,7% dan yang menyatakan Sangat Setuju adalah 11 orang atau 9,2%.

Mendaftar di Universitas Kristen Maranatha harus lebih sederhana dan jelas agar bisa mudah dimengeri oleh calon mahasiswa sendiri

X2.2 : Menemukan dan mendatangi tempat pendaftaran di lokasi promos sekolah, Dalam penelitian X2.2 merupakan data yang tidak valid. dikarenakan kendala dalam pengisian kuesioner dan responden yang mengisi kuesioner.

X2.3 : Presentasi informasi Universitas Kristen Maranatha tersampaikan dengan baik, Dalam penelitian ini X2.3 merupakan data yang valid. Dapat diketahui bahwa dari 119 orang yang menyatakan Sangat Tidak Setuju adalah 3 orang atau 2,5% dan yang menyatakan Tidak Setuju adalah 60 orang atau 50,4% dan yang menyatakan Setuju adalah 55 orang atau 46,2% dan yang menyatakan Sangat Setuju adalah 1 orang atau 0,8%.

Presentasi Merupakan bagian penting dalam melakukan promosi. Universitas Kristen Maranatha sudah melakukan yang terbaik tetapi mungkin bisa lebih di perjelas dan disederhanakan agar dapat bisa dimengerti oleh calon mahasiswa

X2.4 : Mendapatkan Manfaat Pameran Yang diadakan Universitas Kristen Maranatha, Dalam penelitian ini X2.4 merupakan data yang valid. Dapat diketahui bahwa dari 119 orang yang menyatakan Sangat Tidak Setuju adalah 2 orang atau 1,7% dan yang menyatakan Tidak Setuju adalah 59 orang atau 49,6% dan yang menyatakan Setuju adalah 56 orang atau 47,1% dan yang menyatakan Sangat Setuju adalah 2 orang atau 1,7%.

Lebih maksimal kembali dalam menyampaikan informasi tentang Universitas Kristen Maranatha

2. Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha

Y1.1 : Tertarik dengan Universitas Kristen Maranatha pada saat disampaikan oleh Perwakilan Universitas Kristen Maranatha. Dalam penelitian ini Y1.1 merupakan data yang tidak valid. dikarenakan tidak masuk uji validitas dan dikarenakan hasil dari kuesioner sendiri kurang memadai untuk digunakan.

Y1.2 : Mencari Informasi tambahan Seputar Universitas Kristen Maranatha dan Pendidikan terkait Program Studi di Universitas Kristen Maranatha. Dalam penelitian ini Y1.2 merupakan data yang valid. Dapat diketahui bahwa dari 119 orang yang menyatakan Sangat Tidak Setuju adalah 2 orang atau 1,7% dan yang menyatakan Tidak Setuju adalah 59 orang atau 49,6% dan yang menyatakan Setuju adalah 56 orang atau 47,1% dan yang menyatakan Sangat Setuju adalah 2 orang atau 1,7%.

Pekerjaan apa yang cocok untuk tiap fakultas yang ada di Universitas Kristen Maranatha dan fungsi setiap fakultas dalam kehidupan nyata sehinggakan calon mahasiswa tidak mencari informasi tambahan

Y1.3 : Melakukan Evaluasi Penawaran Pendidikan Perkuliahan Yang Ditawarkan di Universitas Kristen Maranatha. Dalam penelitian ini Y1.3 merupakan data yang valid. Dapat diketahui bahwa dari 119 orang yang menyatakan Sangat Tidak Setuju adalah 1 orang atau 0,8% dan yang menyatakan bahwa Tidak setuju adalah 63 orang atau 52,9% dan yang menyatakan Setuju adalah 50 orang atau 42,0% dan yang menyatakan Sangat Setuju adalah 5 orang atau 4,2%.

Evaluasi sangat penting dalam melakukan kegiatan akan tetapi harus lebih di perjelas evaluasi diarahkan kemana.

Y1.4 : Keputusan Anda Dalam Memilih kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha adalah keputusan yang tepat, Dalam penelitian ini Y1.4 merupakan data yang tidak valid . karena banyak responden yang mengisi kuesioner terlalu terburu-buru dan mungkin keputusan yang tepat memilih fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha adalah keputusan yang tepat bagi peneliti karena ada hubungan timbal balik antara dosen dan mahasiswa sendiri yang cukup cepat dan positif

Y1.5 : senang kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha. Dalam penelitian ini Y1.5 merupakan data yang tidak valid . karena banyak responden yang mengisi kuesioner terburu-buru dan tanpa di baca terlebih dahulu tetapi pengalaman peneliti disini cukup senang berkuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha karena tidak ada perbedaan ras,suku,maupun agama dalam Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

Masukan Untuk Meningkatkan Besar Pengaruh

1. Lebih meningkatkan lagi *Public Relation Promotion Activity* karena jika ditingkatkan semakin banyak orang atau calon mahasiswa yang mengetahui informasi lengkap tentang Universitas Kristen Maranatha.
2. Membuat program acara yang menyangkut Calon Mahasiswa dan lebih ke bidang *soft skill* agar calon mahasiswa sendiri bisa lebih termotivasi
3. Duta Maranatha sendiri seharusnya berasal dari masing-masing Fakultas dan setiap fakultas seharusnya mempunyai Duta sendiri agar semakin mudah menyampaikan informasi dan lengkap

4. Meningkatkan sarana prasarana yang ada di bidang olahraga maupun bidang musik karena calon mahasiswa sendiri ingin mengembangkan bidang minat dan bakat mereka masing-masing diluar bidang akademik

