

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasar hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai Pengaruh *Brand Image* dan Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Kabanjahe T.A 2018/2019 yang telah dijelaskan pada BAB IV, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis linear berganda diperoleh persamaan $Y = 14,373 + 0,403 X_1 + 0,411X_2 + e$

1. Dari persamaan tersebut maka terdapat nilai konstanta (a) sebesar 14,373, artinya jika X_1 dan X_2 sebesar nol, maka minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi (Y) adalah sebesar 14,373. Selanjutnya untuk nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,403. Artinya apabila X_1 (b_1) mengalami kenaikan sebesar satuan dan variabel independen lainnya bernilai tetap, maka minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi (Y) mengalami kenaikan sebesar 40,3%. Sementara itu, nilai koefisien regresi X_2 (b_2) terdapat nilai sebesar 0,411. Artinya jika variabel X_2 mengalami perubahan sebesar satuan dan variabel independen lainnya bernilai tetap, minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi (Y) mengalami kenaikan 41,1%.

2. Ada pengaruh signifikan status *brand image* terhadap minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi siswa kelas XI SMA Negeri 1 Kabanjahe T.A 2018/2019. Hal tersebut dapat dilihat dalam uji t dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,222 > 1,669$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
3. Ada pengaruh signifikan persepsi biaya pendidikan terhadap minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi siswa kelas XI SMA Negeri 1 Kabanjahe T.A 2018/2019. Hal tersebut dapat dilihat dalam uji t dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,343 > 1,669$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
4. Ada pengaruh signifikan *brand image* (X_1) dan persepsi biaya pendidikan (X_2) terhadap minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi (Y) siswa kelas XI SMA Negeri 1 Kabanjahe T.A 2018/2019, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($73,539 > 3,14$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
5. Status *brand image* (X_1) dan persepsi biaya pendidikan (X_2) memberikan sumbangan pengaruh atau koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,694 (69,4%) berarti bahwa 69,4% perubahan pada minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi yang dipengaruhi *brand image* dan persepsi biaya pendidikan, sedangkan 30,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

1. Baik pihak pengelola Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan sebaiknya terus mempertahankan citra yang baik dan positif dari yang telah dimiliki oleh program Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan, jangan sampai citra yang telah bagus tersebut menurun dan dapat menurunnya keputusan mahasiswa kuliah di Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Bagi mahasiswa hendaknya menganggap kondisi ekonomi bukan sebagai penentu yang paling utama maupun penghambat dalam memutuskan untuk melanjutkan kuliah di perguruan tinggi.
3. Bagi orang tua mahasiswa hendaknya semakin termotivasi dalam meningkatkan status ekonomi keluarga, khususnya agar dapat mendukung biaya pendidikan bagi anaknya sehingga mendorong anaknya untuk melanjutkan kuliah.
4. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menambah variabel diluar variabel pada penelitian ini dan dapat menggunakan sampel perguruan tinggi lain dan menggunakan sampel yang lebih banyak dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik.