

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam Bab IV, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk (*Product*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis pertama yang telah dirumuskan oleh peneliti yaitu produk (*product*) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Oleh karena itu hipotesis pertama dapat diterima.
2. Harga (*Price*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis kedua yang telah dirumuskan oleh peneliti yaitu harga (*price*) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Oleh karena itu hipotesis kedua tidak dapat diterima atau hipotesis kedua ditolak.
3. Tempat (*Place*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis ketiga yang telah dirumuskan oleh peneliti yaitu tempat (*place*) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam

memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Oleh karena itu hipotesis ketiga dapat diterima.

4. Promosi (*Promotion*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis keempat yang telah dirumuskan oleh peneliti yaitu promosi (*promotion*) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Oleh karena itu hipotesis keempat dapat diterima.
5. Produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Dengan demikian hipotesis kelima dalam penelitian ini dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka penulis akan memberikan saran yang dapat dijadikan masukan sebagai berikut:

1. Dalam variabel Produk (*Product*) (X_1), Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar perlu meningkatkan mutu, akreditasi program studi, kualitas produk akademik, seperti kurikulum yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja, kualitas dosen, dan fasilitas pendukung pembelajaran, hal ini untuk mendapatkan minat dan animo masyarakat terutama calon mahasiswa untuk memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Program studi yang unggul dan memiliki prospek kerja tinggi menjadi daya tarik utama. Universitas

dapat fokus pada pengembangan program studi yang inovatif, berbasis teknologi, dan memiliki jaringan luas dengan dunia industri.

2. Dalam variabel Harga (*Price*) (X_2), mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar tidak terlalu mempertimbangkan uang kuliah, karena besaran uang kuliah biasanya disesuaikan dengan mutu dan layanan yang didapatkan oleh mahasiswa. Meski harga tidak signifikan, beasiswa dan bantuan keuangan tetap bisa menjadi cara untuk menarik mahasiswa berprestasi yang membutuhkan dukungan finansial, tanpa mengorbankan persepsi kualitas pendidikan. Universitas dapat melakukan kampanye untuk memperkuat persepsi bahwa biaya pendidikan yang dikenakan sepadan dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan. Hal ini membantu membangun citra sebagai universitas yang bernilai tinggi bagi mahasiswa.
3. Dalam variabel Tempat (*Place*) (X_3), Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar perlu menambah dan membenahi sarana dan prasarana, hal ini dapat meningkatkan minat dan animo masyarakat dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Lokasi kampus yang strategis menjadi daya tarik utama, tetapi perlu didukung dengan fasilitas fisik yang memadai, seperti ruang kelas modern, perpustakaan lengkap, area parkir yang luas, dan lingkungan kampus yang nyaman serta hijau untuk meningkatkan pengalaman belajar mahasiswa.
4. Dalam variabel Promosi (*Promotion*) (X_3), Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar perlu meningkatkan iklan-iklan promosi pada media-media sosial maupun media televisi, hal ini dapat menjangkau masyarakat luas.

Universitas dapat meningkatkan kegiatan promosi seperti roadshow ke sekolah-sekolah, pameran pendidikan, seminar, atau workshop untuk memperkenalkan program-program unggulan, fasilitas, dan peluang karier yang ditawarkan. Promosi yang efektif harus menyajikan informasi yang jelas, transparan, dan relevan bagi calon mahasiswa, seperti rincian biaya, akreditasi, beasiswa, program studi unggulan, dan keunggulan kompetitif universitas dibandingkan institusi lain. Mengundang alumni sukses untuk berbagi pengalaman mereka dalam berbagai kegiatan promosi dapat memberikan dampak positif, karena calon mahasiswa cenderung terinspirasi oleh kisah nyata. Universitas dapat mengembangkan materi promosi yang menarik, seperti video promosi, infografis, atau virtual tour kampus, yang memberikan gambaran lengkap tentang pengalaman belajar dan keunggulan yang ditawarkan.

5. Dalam variabel Keputusan Memilih (Y), mahasiswa dalam memutuskan pilihannya di Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar memperhatikan kesesuaian mutu dan layanan yang didapatkan, untuk itu Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar, perlu meningkatkan mutu dan layanan program studi. Universitas perlu mengintegrasikan pengelolaan produk, harga, tempat, dan promosi secara simultan untuk menciptakan daya tarik yang menyeluruh bagi calon mahasiswa. Penguatan pada satu variabel harus diiringi dengan pengembangan variabel lainnya untuk memberikan pengalaman yang konsisten dan memuaskan. Produk yang ditawarkan, seperti kurikulum, kualitas dosen, fasilitas pendukung, dan layanan mahasiswa, harus terus ditingkatkan. Hal ini menjadi pondasi utama yang mendukung daya saing universitas di pasar

pendidikan. Meskipun harga tidak selalu menjadi faktor utama, universitas perlu menetapkan biaya pendidikan yang kompetitif sesuai dengan nilai tambah yang ditawarkan. Transparansi dalam penyampaian informasi biaya akan meningkatkan kepercayaan calon mahasiswa. Universitas dapat memaksimalkan keunggulan lokasi dengan memastikan aksesibilitas yang mudah dan menyediakan fasilitas yang nyaman. Program studi unggulan (produk) dapat dikemas dalam promosi kreatif, didukung oleh biaya yang kompetitif (harga), dengan lokasi yang mudah dijangkau (tempat). Kolaborasi antarvariabel ini memastikan bahwa calon mahasiswa mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang nilai yang ditawarkan universitas. Universitas perlu secara rutin melakukan evaluasi terhadap pengelolaan produk, harga, tempat, dan promosi untuk memastikan bahwa setiap variabel tetap relevan dengan kebutuhan dan harapan calon mahasiswa. Dengan sinergi antara keempat variabel, universitas dapat meningkatkan citra institusionalnya sebagai penyedia pendidikan tinggi yang berkualitas, terjangkau, mudah diakses, dan dikenal luas melalui promosi yang efektif. Dengan implikasi ini, Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar dapat memanfaatkan temuan penelitian untuk mengembangkan strategi yang lebih komprehensif dan terintegrasi, sehingga mampu menarik lebih banyak mahasiswa dan memperkuat posisinya sebagai institusi pendidikan tinggi unggulan.