

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta kota padang.
2. Variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta kota padang.
3. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta kota padang.
4. Variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta kota padang.
5. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta kota padang.
6. Secara tidak langsung kepercayaan mampu memediasi pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta kota padang.
7. Secara tidak langsung kepercayaan mampu memediasi pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta kota padang.

5.2 Implikasi

1. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa promosi memainkan peran penting dalam menarik calon mahasiswa untuk memilih universitas swasta di Kota Padang. Oleh karena itu, institusi pendidikan perlu meningkatkan strategi promosi yang lebih inovatif, seperti digital marketing, media sosial, dan kampanye berbasis pengalaman langsung, misalnya open house atau webinar interaktif. Mengingat perkembangan teknologi dan kebiasaan calon mahasiswa yang lebih aktif di platform digital, universitas juga perlu mengalokasikan anggaran lebih besar untuk pemasaran berbasis internet, seperti iklan di media sosial, website interaktif, dan optimasi mesin pencari (SEO) agar lebih mudah ditemukan oleh calon mahasiswa. Selain itu, promosi tidak hanya dilakukan melalui media formal, tetapi juga dapat diperkuat dengan keterlibatan alumni dan influencer pendidikan. Testimoni dari alumni yang sukses serta endorsement dari figur publik yang relevan dapat meningkatkan daya tarik universitas bagi calon mahasiswa. Universitas juga perlu memahami kebutuhan dan preferensi calon mahasiswa agar pesan promosi yang disampaikan lebih relevan. Misalnya, promosi yang menyoroti fasilitas modern, program beasiswa, serta peluang karir setelah lulus dapat meningkatkan daya tarik institusi bagi calon mahasiswa. Di samping itu, universitas dapat mengadakan seminar, workshop, atau konsultasi akademik gratis bagi calon mahasiswa dan orang tua mereka untuk memberikan pemahaman lebih mendalam tentang keunggulan yang dimiliki oleh universitas. Dengan adanya strategi promosi yang lebih terarah dan efektif, universitas swasta di Kota Padang

berpotensi mengalami peningkatan jumlah pendaftar secara signifikan, yang pada akhirnya dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan institusi dan daya saing di tingkat regional maupun nasional. Implikasi ini dapat menjadi dasar bagi universitas dalam merancang kebijakan pemasaran pendidikan yang lebih optimal guna menarik lebih banyak mahasiswa baru.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa word of mouth (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam melanjutkan pendidikan di universitas swasta di Kota Padang, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Temuan ini menegaskan bahwa rekomendasi dari orang-orang terdekat, seperti keluarga, teman, atau alumni, memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan calon mahasiswa terhadap suatu universitas. Oleh karena itu, universitas swasta perlu lebih aktif mendorong penyebaran WOM yang positif dengan menciptakan pengalaman akademik dan non-akademik yang berkualitas bagi mahasiswa dan alumni, sehingga mereka secara sukarela merekomendasikan universitas kepada calon mahasiswa. Kepercayaan sebagai mediator dalam hubungan ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih yakin memilih universitas ketika informasi yang mereka terima dari sumber terpercaya dianggap kredibel dan sesuai dengan harapan mereka. Oleh sebab itu, universitas perlu membangun reputasi yang kuat dengan memastikan transparansi informasi, meningkatkan kualitas layanan akademik dan fasilitas, serta membangun hubungan baik dengan alumni sebagai agen WOM yang efektif. Selain itu, universitas dapat

mengembangkan program ambassador mahasiswa atau alumni yang bertugas membagikan pengalaman positif mereka kepada calon mahasiswa melalui media sosial, seminar, atau sesi tanya jawab langsung. Implikasi lainnya adalah universitas swasta di Kota Padang perlu lebih aktif dalam mengelola komunikasi dan interaksi dengan calon mahasiswa melalui berbagai kanal, baik secara langsung maupun digital. Ulasan positif di platform online, testimoni dari mahasiswa dan alumni, serta keberadaan komunitas kampus yang aktif dapat meningkatkan kepercayaan calon mahasiswa. Dengan adanya kepercayaan yang kuat, WOM akan semakin berdampak signifikan dalam mendorong calon mahasiswa untuk memilih universitas tersebut. Oleh karena itu, strategi pemasaran universitas harus berorientasi pada membangun hubungan jangka panjang dengan mahasiswa dan alumni untuk menciptakan efek WOM yang berkelanjutan dan berkontribusi terhadap peningkatan jumlah mahasiswa baru.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan TCR yang rendah pada pernyataan "Universitas ini selalu menepati janji kepada mahasiswanya" TCR 78,50, universitas perlu meningkatkan transparansi dan komitmen dengan memastikan janji yang disampaikan dalam promosi sesuai dengan kenyataan. Menampilkan testimoni mahasiswa tentang pengalaman mereka dan menggunakan platform komunikasi dua arah seperti sesi tanya jawab dapat memperkuat kepercayaan calon mahasiswa. Selain itu, penting untuk memastikan semua layanan dan fasilitas yang dijanjikan berfungsi dengan baik dan

memperbarui materi promosi dengan informasi yang lebih jelas dan terperinci. Langkah-langkah ini akan meningkatkan kepercayaan dan keputusan mahasiswa untuk memilih universitas.

2. Berdasarkan TCR yang rendah pada pernyataan "Saya mendorong teman-teman atau kerabat untuk mendaftar di Universitas Swasta ini karena kualitas pendidikan yang baik yang pernah saya alami" TCR 79,03, universitas perlu meningkatkan kualitas pendidikan dan pengalaman mahasiswa agar mereka lebih termotivasi untuk merekomendasikan universitas. Memperkuat testimoni melalui media sosial, acara alumni, atau forum diskusi dapat mendorong mahasiswa untuk lebih aktif berbagi pengalaman positif. Selain itu, melibatkan alumni yang sukses dalam berbagi cerita tentang manfaat pendidikan juga dapat memperkuat WOM. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan mahasiswa akan lebih sering berbicara positif tentang universitas, memperbesar kepercayaan dalam keputusan calon mahasiswa.
3. Hendaknya hasil penelitian ini dijadikan pertimbangan untuk meningkatkan promosi dan *word of mouth* demi meningkatkan keputusan mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di universitas swasta di Kota Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai yang positif, yang berarti jika promosi dan *word of mouth* ditingkatkan, maka keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di universitas swasta di Kota Padang juga meningkat. Selain itu, kepercayaan juga memainkan peran penting sebagai variabel mediasi dalam hubungan ini. Promosi yang efektif dan *word of mouth* yang positif dapat meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap

universitas, yang pada gilirannya akan memperkuat keputusan mereka untuk memilih melanjutkan pendidikan di universitas tersebut. Dengan demikian, meningkatkan promosi dan *word of mouth* sembari membangun kepercayaan akan memiliki dampak positif yang lebih besar terhadap keputusan mahasiswa

4. Untuk peneliti yang akan dilakukan dimasa mendatang sebaiknya menambahkan variabel lain seperti reputasi dan lainnya untuk memperbagus hasil penelitian selanjutnya.