

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Hasil analisis dengan uji F diperoleh bahwa periklanan (x) yang terdiri dari radio (x_1), koran (x_2), brosur (x_3), dan baliho (x_4) secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap jumlah pendaftar (y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hasil signifikan mengindikasikan apabila periklanan (x) memiliki pengaruh terhadap jumlah pendaftar (y), karena $F_{hitung} (sig) < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hasil uji f menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara periklanan terhadap jumlah pendaftar pada Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Hasil perhitungan uji t yaitu pada variabel radio didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $0,977 < t_{tabel}$ sebesar 1,985, artinya radio tidak berpengaruh terhadap jumlah pendaftar di Universitas Muhammadiyah Palembang. Pada variabel koran didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $3,092 > t_{tabel}$ sebesar 1,985, artinya koran berpengaruh terhadap jumlah pendaftar di Universitas Muhammadiyah Palembang. Pada variabel brosur didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $3,684 > t_{tabel}$ sebesar 1,985, artinya brosur berpengaruh terhadap jumlah pendaftar di Universitas Muhammadiyah Palembang. Pada variabel baliho didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $4,422 > t_{tabel}$ sebesar 1,985, artinya baliho berpengaruh terhadap jumlah pendaftar di Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Hasil dari koefisien determinasi yaitu variabel independen atau periklanan (x) yang terdiri dari radio (x_1), koran (x_2), brosur (x_3), dan baliho (x_4) memiliki pengaruh terhadap jumlah pendaftar (y) pada Universitas Muhammadiyah Palembang sebesar 63,5% yang bersumber dari hasil perhitungan $Adjust R Square \times 100\%$. Sedangkan, sisanya yaitu sebesar 36,5% yang didapat dari $100\% - 63,5\%$ dipengaruhi oleh hal lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4. Hasil persamaan regresi liner berganda diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa: Nilai konstanta a sebesar 21,251 menyatakan bahwa jika tidak ada periklanan yang dilakukan Universitas Muhammadiyah Palembang maka nilai jumlah pendaftar yang dihasilkan adalah sebesar 21,251.

5.2 Saran

1. Untuk memaksimalkan periklanan yang ada di Universitas Muhammadiyah Palembang, maka sebaiknya spanduk, majalah, dan televisi digunakan sebagai media periklanan di institusi tersebut karena dalam penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti, pemasangan baliho di jalan-jalan strategis, pencetakan brosur, pemasangan spanduk, pemasangan iklan melalui majalah, pemasangan iklan melalui televisi dan pemasangan iklan melalui televisi.
2. Penggunaan media periklanan radio kurang kuat berpengaruh dalam meningkatkan calon pendaftar, karena berdasarkan dari kuesioner yang telah dibagikan, sangat sedikit pendaftar yang tahu mengenai informasi Universitas Muhammadiyah Palembang melalui koran dan radio. Maka sebaiknya, penggunaan media periklanan tersebut dipindahkan ke radio Trex fm, Global, dan Momea fm karena sasaran pendengarnya adalah mahasiswa.