

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai prouduk/jasa, harga, tempat dan promosi terhadap jumlah mahasiswa UNIMUS Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan tidak signifikan dilihat dari hasil uji-t dengan  $t_{hitung}$  sebesar (5,827) dengan sig. 0,00 lebih kecil ( $<$ ) 0,05 sehingga menerima  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel produk dengan jumlah mahasiswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap jumlah mahasiswa UNIMUS Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
2. Harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan tidak signifikan dilihat dari hasil uji-t dengan  $t_{hitung}$  0,255 dan signifikansi 0,800 lebih besar ( $>$ ) 0,05 sehingga  $H_a$  tertolak dan  $H_0$  diterima yang menyatakan bahwa hipotesis tertolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap jumlah mahasiswa UNIMUS Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.

3. Tempat ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah mahasiswa dilihat dari hasil uji-t dengan t hitung 1,661 dan signifikansi 0,102  $> 0,05$  yang berarti  $H_a$  tertolak dan  $H_0$  diterima bahwa hipotesis yang menyatakan variabel tempat berpengaruh terhadap jumlah mahasiswa UNIMUS tertolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tempat/ saluran distribusi berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap jumlah mahasiswa UNIMUS Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
4. Promosi ( $X_4$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial dilihat dari uji-t dengan t hasil 4,217 dan signifikansi  $0,00 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel promosi dengan jumlah mahasiswa. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap jumlah mahasiswa UNIMUS Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
5. Berdasarkan hasil uji- F menyimpulkan bahwa produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), tempat ( $X_3$ ) dan promosi ( $X_4$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap jumlah mahasiswa, artinya dengan kualitas prosuk yang baik, ketejangkauan harga, saluran distribusi yang dan promosi yang baik akan meningkatkan jumlah mahasiswa UNIMUS Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang. Dan pada pengujian hipotesis yang lebih baik digunakan yaitu menggunakan uji – f karena dapat melihat pengaruh produk/jasa, harga, tempat dan promosi terhadap jumlah mahasiswa secara

simultan. Dengan demikian produk, harga, tempat/ saluran distribusi dan promosi berpengaruh terhadap jumlah mahasiswa secara simultan.

6. Berdasarkan dari hasil regresi berganda maka dapat dibuat persamaan linear antara produk, harga, tempat dan promosi terhadap jumlah mahasiswa sebagai berikut :

$$Y = 0,926 + 0,248 X_1 + 0,131 X_2 + 0,089 X_3 + 0,301 X_4 + e$$

Persamaan linear tersebut memberi arti sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 0,926 hal ini menunjukkan apabila produk, harga, tempat dan promosi dalam keadaan tetap, maka jumlah mahasiswa akan bernilai negatif atau kata lain jumlah mahasiswa akan menurun.
- b. Koefisien regresi produk (b1) 0,131 yang dapat diartikan bahwa setiap ada peningkatan produk akan meningkatkan jumlah mahasiswa.
- c. Koefisien regresi Harga (b2) negatif sebesar 0,248 yang dapat diartikan bahwa setiap ada kenaikan harga, jumlah mahasiswa tetap mengalami kenaikan sebesar 0,248.
- d. Koefisien regresi tempat/ saluran distribusi (b3) positif sebesar 0,089, yang dapat diartikan bahwa setiap ada peningkatan tempat/ lokasi akan meningkatkan jumlah mahasiswa.
- e. Koefisien regresi promosi ( b4) positif sebesar 0,031 yang dapat diartikan bahwa setiap ada peningkatan promosi maka akan meningkatkan jumlah mahasiswa sebesar 0,031.

## 5.2. Saran

Saran yang bisa disampaikan berdasarkan dari hasil penelitian yang didapat, adalah sebagai berikut :

### 1. Saran bagi perusahaan

Alangkah baiknya jika UNIMUS mulai mengevaluasi produk jasa yang diberikan, terlebih sekarang banyak pesaing-pesaing yang sangat gencar dalam melakukan inovasi terhadap produk (jasa). Sehingga diharapkan dengan produk (jasa) yang semakin baik akan menambah jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Semarang.

### 2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Menambah variabel penelitian lain seperti kepercayaan konsumen terhadap brand, yang dapat mempengaruhi jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Semarang.
- b. Mengambil obyek penelitian lain sehingga hasil penelitian dapat menjadi perbandingan dengan penelitian yang dilakukan ini.