

**PENGARUH PROMOSI DAN PERSEPSI TERHADAP MINAT MASUK
KULIAH DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN, FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR**

SKRIPSI

**DISUSUN
OLEH :**

**IMAM ARI WAHYUDI
1705906020013**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
MEULABOH - ACEH BARAT
2022**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS EKONOMI

Kampus UTU, Meulaboh, Aceh Barat 23615, PO BOX 59 Telp: 0655-7110535
Laman : www.utu.ac.id email: ekonomi@utu.ac.id

Meulaboh, 15 Oktober 2022
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata I (S1)

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi saudara:

NAMA : IMAM ARI WAHYUDI
NIM : 1705906020013
Dengan Judul : Pengaruh Promosi Dan Persepsi Terhadap Minat Masuk
Kuliah Di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Teuku Umar

Yang diajukan untuk memenuhi sebagai dari syarat-syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

Mengesahkan:

Pembimbing

MUZAKIR, S.E., M.Sc
NIP. 19911111201903101

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. T. Zulham, S.E., M.Si
NIP. 196002121989031003

Ketua Program Studi Manajemen

Muzakir, S.E., M.Sc
NIP. 199111112019031011



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS EKONOMI

Kampus UTU, Meulaboh, Aceh Barat 23615; PO BOX 59 Telp: 0655-7110535
Laman : www.utu.ac.id email: ekonomi@utu.ac.id

Meulaboh, 15 Oktober 2022
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata 1 (S1)

LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN

Dengan ini telah menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi Saudara:

NAMA : IMAM ARI WAHYUDI
NIM : 1705906020013
Dengan Judul : Pengaruh Promosi Dan Persepsi Terhadap Minat Masuk
Kullah Di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Teuku Umar

Yang telah di pertahankan didepan Komisi Ujian pada Tanggal 23 November 2022

Menyetujui :
Komisi Ujian

Tanda Tangan

1. Ketua : Dr. Alfian Anas, S.E.,M,Comm.,Ph.D
2. Anggota : Muzakir.,S.E.,M,Sc
3. Anggota : Cut Mega Putri.,S.E.,M,S,M

Mengetahui :
Ketua Program Studi Manajemen

Muzakir., S.E., M.Sc
NIP: 19911111201903101

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : IMAM ARI WAHYUDI

NIM : 1705906020013

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa di dalam skripsi adalah hasil karya sendiri dan tidak terdapat bagian atau satu kesatuan yang utuh dari skripsi, tesis, disertasi, buku atau bentuk lain yang saya kutip dari orang lain tanpa saya sebutkan sumbernya yang dapat dipandang sebagai tindakan penjiplakan. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat reproduksi karya dan pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dijadikan seolah-olah karya asli saya sendiri. Apabila ternyata dalam skripsi saya terdapat bagian-bagian yang memenuhi unsur penjiplakan, maka saya menyatakan ketersediaan untuk dibatalkan sebahagian atau seluruh hak gelar kesarjanaan saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Meulaboh, 08 Desember 2022
Saya yang membuat pernyataan



IMAM ARI WAHYUDI
NIM. 1705906020013



HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah.....

Dengan Rahmat-Mu ya Allah akhirnya aku mampu menempuh sebuah perjalanan yang penuh tantangan berhasil ku tempuh dengan suka dan duka terus melangkah meski tertatih, tidak mengelak meski terjatuh, tidak menunduk meski terbentur demi menggapai cita-citaku walaupun dengan cobaan, rintangan dan air mata, namun aku tak pernah putus asa untuk terus berusaha dan berdo'a kepada-Mu, karena hanya kepada-Mu lah aku bersujud dan bersyukur.

Ya Allah.....

Berikanlah manfaat atas ilmu yang telah engkau karuniakan kepadaku. Dan Ridhailah segenap langkahku dalam menggapai syurga-Mu. Dengan ridha Allah dan keikhlasan hati ku persembahkan karya tulis ini kepada Ayahandaku dan Ibundaku tercinta atas segala do'a yang telah kalian berikan kepadaku dalam menggapai keberhasilan demi cerahnya masa depan.

Ayah.....Ibu.....

Do'a mu yang teramat tulus selalu iringi kesuksesanku, kasih sayangmu semaiakan dalam hatiku, belaianmu hadirkan semangat dalam jiwaku, pengorbanan dan jasmu yang tak berujung takkan mampu kugantikan dengan apapun di dunia ini, terimakasih ibundaku tersayang, yang selalu memberikan yang terbaik untukku.

Tugas Akhir Ini Kupersembahkan Untuk

Ayahnda & Ibunda

Muchtadin & Basnidar

*Terimakasih yang tak terhingga, kepada dosen pembimbing, dan juga sekaligus ketua Program Studi Manajemen Bapak **Muzakir, S.E., M. Sc.**, Sungguh Bapak benar-benar telah memberikan bimbingan yang sangat berarti bagiku dari proses hingga selesainya pembuatan skripsi ini.*

Terimakasih untuk sahabat-sahabatku dan juga Kepada Seluruh Teman-teman Fakultas Ekonomi UTU-Meulaboh Angkatan 2017 serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, Perkuliahan akan tidak ada rasa jika tanpa kalian, pasti tidak ada yang akan dikenang, tidak ada yang diceritakan pada masa depan. Terimakasih buat masukan dan dukungannya selama ini.

Wassalam

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Teuku Umar, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : IMAM ARI WAHYUDI

Nim : 1705906020013

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Teuku Umar Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-eksklusif Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Promosi Dan Persepsi Terhadap Minat Masuk Kuliah Di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar. beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Teuku Umar berhak menyimpan, mengalih media/format kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Meulaboh, 02 Desember 2022

Yang menyatakan



IMAM ARI WAHYUDI
NIM : 1705906020013

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh promosi dan persepsi terhadap minat masuk kampus pada jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas Teuku Umar. Variabel independent yang digunakan yaitu promosi, persepsi Pendidikan, dan persepsi lingkungan sedangkan variable dependen yang digunakan adalah minat masuk kampus. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah semua mahasiswa aktif di jurusan manajemen dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang mahasiswa. Pengambilan data menggunakan metode kuesioner dan pembagian kuesioner dengan menggunakan metode incidental sampling. Analisis data penelitian menggunakan metode uji regresi berganda dan uji parsial serta uji simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable promosi memiliki pengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap minat masuk kampus, variable persepsi Pendidikan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat masuk kampus, sedangkan variable persepsi lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masuk kampus.

Kata Kunci : Persepsi Pendidikan, Persepsi Lingkungan, Promosi, Minat Masuk

ABSTRACT

This study aims to look at the effect of promotion and perceptions on interest in entering campus at the management department of the economic faculty of Teuku Umar University. The independent variables used are promotion, perception of education, and perception of the environment while the dependent variable used is interest in entering campus. This research is quantitative descriptive research. The study population was all active students in the management department with a total research sample of 100 students. Data collection using questionnaire method and questionnaire distribution using incidental sampling method. Analysis of research data using multiple regression test methods and partial and simultaneous tests. The results showed that the promotion variable had a negative but insignificant effect on interest in entering campus, the education perception variable had a positive and insignificant effect on interest in entering campus, while the environmental perception variable had a positive and significant effect on interest in entering campus. Simultaneously all variable doesnot have significant impact on dependent variable.

Keywords : *Perception of Education, Perception of Environment, Promotion, Interest in Entry*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil 'Alamin, Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat serta karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Shalawat beriring salam penulis sanjung sajikan kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga dan para sahabat beliau yang telah membawa dan menuntun umatnya dari zaman jahiliah menuju zaman yang islamiah dari alam kebodohan kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Persepsi Terhadap Minat Masuk Kuliah Di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat agar dapat menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

Dalam kesempatan ini penulis dengan kerendahan dan ketulusan hati yang mendalam ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Ishak Hasan, M.Si selaku Rektor Universitas Teuku Umar.
2. Bapak Prof. Dr. T. Zulham, SE. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
3. Bapak Muzakir, SE.,M.Sc, selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
4. Bapak Damrus, SE.,M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
5. Bapak Muzakir SE MSC selaku Dosen Pembimbing yang sangat penulis banggakan dan sayangi dan menjadi orang tua kedua yang selalu membimbing, memotivasi, memberi arahan dan bersedia meluangkan waktunya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Staf Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar yang telah mengarahkan, membimbing dan selalu bersedia membantu penulis selama ini dengan penuh kesabaran, terima kasih banyak untuk staf yang sudah bertanggung jawab.
7. Orang Tua, Ayahanda dan Ibunda yang penulis cintai dan sayangi, terima kasih atas semua yang telah diberikan dan dilakukan untuk penulis dari sejak penulis dalam kandungan hingga sekarang. Kasih sayang, cinta, pengorbanan, nasihat yang tiada batas dan do'a beserta restu orang tua yang selalu mendampingi penulis demi kebahagiaan hingga keberhasilan penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Teristimewa kepada teman terbaik penulis selama kuliah, terima kasih juga kepada teman-teman dari Jurusan Manajemen angkatan 2017 yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Segala upaya telah penulis lakukan dan usahakan untuk penyempurnaan skripsi ini. Namun, tidak mustahil masih terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi. Kebenaran selalu datang dari Allah SWT dan kesalahan datang dari penulis sendiri, untuk itu penulis meminta maaf sebesar-besarnya dan mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Demikian harapan penulis dan akhir kata penulis ucapkan terima kasih semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dunia pendidikan.

Alue Peunyareng, Desember 2022

Penulis,

IMAM ARI WAHYUDI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	10
2.1. Pemasaran	10
2.2. Persepsi	11
2.2.1. Persepsi lingkungan	14
2.3. Promosi	15
2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Melanjutkan Pendidikan ke Perguruan Tinggi	17
2.5. Kerangka Penelitian	20
2.6. Hipotesis Penelitian	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Gambaran Umum Penelitian	23
3.4. Jenis dan Teknik Pengambilan Data	27
3.5. Metode Analisis Data	27
3.6. Uji validitas dan Reliabilitas	28
3.6.1. Uji Validitas	28
3.6.2. Uji Reliabilitas	28
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	28
3.6.1.1. Uji Normalitas	29
3.6.1.2. Uji Multikolinearitas	29
3.6.1.3. Uji Heteroskedastisitas	30
3.7. Uji Regresi Berganda	30
3.8. Koefisien Determinan	31
3.9. Uji Hipotesis	31
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Sejarah Singkat Jurusan Manajemen	33
4.1.1. Visi dan Misi Jurusan	34
4.1.2. Struktur Organisasi Manajemen	35

4.2.	Deskripsi Data Penelitian.....	36
4.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	36
	4.3.1. Uji Validitas.....	36
	4.3.2. Uji Reliabilitas	39
4.4.	Nilai Rata- rata Variabel	39
4.5.	Uji Asumsi Klasik	43
	4.5.1. Uji Normalitas.....	43
	4.5.2. Uji Heteroskedastisitas.....	44
	4.5.3. Uji multikolinearitas	45
4.6.	Uji Regresi Berganda.....	46
4.7.	Uji Hipotesis	48
	4.7.1. Uji Parsial (Uji t).....	48
	4.7.2. Uji Simultan (uji F).....	49
4.8.	Uji Determinasi	51
4.9.	Hasil dan Pembahasan	52
	4.9.1. Pengaruh promosi terhadap minat masuk kampus	52
	4.9.2. Pengaruh persepsi Pendidikan terhadap Minat masuk Kampus	53
	4.9.3. Pengaruh Persepsi Lingkungan Terhadap Minat Masuk Kampus	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		56
5.1.	Kesimpulan.....	56
5.2.	Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA		58

DAFTAR TABEL

1. Jumlah Mahasiswa baru Manajemen Tahun Ajaran 2016 - 2021
2. Rekapitulasi Observasi Promosi Kampus
3. Penelitian Terdahulu
4. Jumlah Mahasiswa Aktif Jurusan Manajemen Angkatan 2018 - 2021
5. Skala Likert Penelitian
6. Deskripsi Responden Penelitian
7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi
8. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Pendidikan
9. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Lingkungan
10. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Masuk Kampus
11. Hasil Revisi Uji Validitas Variabel Minat Masuk Kampus
12. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Masuk Kampus
13. Hasil Revisi Uji Validitas Variabel Minat Masuk Kampus
14. Hasil Uji Reliabilitas
15. Nilai Mean item Kuesioner Persepsi Pendidikan
16. Nilai Mean item Kuesioner Persepsi Lingkungan
17. Hasil Uji Regresi Berganda
18. Uji t
19. Uji Simultan F
20. Ringkasan Hasil uji Hipotesis
21. Hasil Uji determinasi

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Pemikiran
2. Struktur Organisasi Jurusan Manajemen
3. Grafik P-Plot Uji normalitas
4. Grafik Scatterplot

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendidikan adalah suatu tahapan pembelajaran bagi setiap individu dalam meraih ilmu dan pengetahuan yang lebih mendalam terhadap suatu hal. Perkembangan ilmu pengetahuan yang semakin pesat dan dengan perkembangan ekonomi dan industri yang semakin maju menuntut setiap orang untuk memiliki kompetensi yang mumpuni dalam bersaing memperebutkan tempat dalam dunia kerja. Hal ini tercermin dengan semakin beragamnya kebutuhan minimum dalam mendaftar ke suatu perusahaan termasuk diantaranya adalah kualifikasi Pendidikan. Pada tahun 1994 pemerintah mencanangkan program wajib belajar (Wajar) selama 9 tahun hingga tamat Sekolah menengah Pertama, akan tetapi kenyataan dilapangan sekarang program tersebut sudahlah tidak relevan dengan semakin menjamurnya persyaratan bagi pendaftar pekerjaan untuk memiliki kualifikasi Pendidikan dalam jenjang diploma/Strata. Hal ini mendorong setiap individu untuk terus melanjutkan Pendidikan mereka ke jenjang yang lebih tinggi , yaitu perguruan tinggi.

Menurut Undang – Undang nomor 12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi menyatakan bahwa pendidikan tinggi adalah Pendidikan setelah Pendidikan menengah yang mencakup program diploma , program sarjana, program magister, program doctor, dan program profesi, serta program spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia. Semakin beragamnya jenis pekerjaan maka kebutuhan yang beragam terhadap

permintaan tenaga kerja mendorong perguruan tinggi untuk saling berkompetisi dalam menarik minat mahasiswa untuk melanjutkan kuliah di perguruan tinggi tersebut. Hingga saat ini banyak jenis perguruan tinggi baik itu dalam bentuk perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta berlomba – lomba dalam menyediakan program studi sesuai dengan minat dan kebutuhan masyarakat maupun dunia kerja. Kualitas pelayanan serta prestasi pun saling diperlombakan untuk memperlihatkan gengsi universitas sehingga diharapkan mampu menarik minat para calon mahasiswa untuk mendaftar.

Keberadaan Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar (FE UTU)

bersama dengan lahirnya Universitas Teuku Umar melalui SK Menteri Pendidikan nasional No.262/D/0/2006 pada tanggal 10 November 2006. Dengan keluarnya izin tersebut, berdirilah FE UTU termasuk 5 fakultas lainnya, yakni Fakultas Pertanian, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Teknik dan Fakultas Kesehatan Masyarakat. Di awal pembentukannya, FE UTU hanya terdapat satu program studi, yakni Program Studi S1 Ilmu Ekonomi Pembangunan.

Kemudian pada tanggal 1 April 2014, Presiden Susilo Bambang Yodhoyono menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 25 Tahun 2014 tentang Penegerian Universitas Teuku Umar, di mana di dalamnya termasuk FE UTU. Pasca penegerian FE UTU terus berkembang, hal ini ditandai dengan bertambahnya program studi baru, yakni Program Studi S1 Manajemen dan Program Studi S1 Akuntansi. Kedua program studi tersebut dibuka dengan dasar hukum Keputusan Menristekdikti, yakni:

a. Kepmenristekdikti Nomor: 24/KPT/I/2016, tanggal 20 Januari 2016 tentang

Pembukaan Program Studi Manajemen Program Sarjana.

b. Kepmenristekdikti Nomor: 367/KPT/I/2016, tanggal 13 September 2016 tentang Pembukaan Program Studi Akuntansi Program Sarjana.

Tingginya persaingan dalam memperebutkan calon mahasiswa membuat perguruan tinggi tidak bisa hanya diam saja menunggu calon mahasiswa untuk mendaftar di kampus tersebut tetapi juga harus proaktif dalam mempromosikan kampus mereka. Sehubungan dengan hal tersebut, maka konsep pemasaran perlu pula diterapkan, dalam hal ini Lembaga Pendidikan bertindak sebagai penyedia layanan sedangkan mahasiswa sebagai konsumen atau penerima layanan. Akan tetapi berbeda dengan konsep pemasaran komersial pada umumnya dimana banyak perusahaan memiliki konsep *profit oriented*, perguruan tinggi tidaklah boleh dikomersialisasikan karena termasuk kedalam organisasi nirlaba sehingga pola promosinya juga akan berbeda. Menurut Buchari dan Ratih (2010), sebagai Lembaga Pendidikan, perguruan tinggi akan selalu dihadapkan pada pelayanan terhadap para stakeholder Pendidikan terutama kepada mahasiswa. Hal ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan memperhatikan mutu dari pelayanan jurusan, tersedianya laboratorium, kualitas tenaga pengajar, kesempatan bekerja dan pelayanan – pelayanan lainnya.

Minat masuk mahasiswa terhadap suatu kampus berhubungan dengan teori pengambilan keputusan. Menurut Terry (2012) menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Dalam kasus pengambilan keputusan masuk perguruan tinggi, mahasiswa akan dihadapkan pada berbagai pilihan universitas yang ada sesuai dengan keinginan dan juga jalur yang tersedia, dimulai dari Seleksi

Nasional Masuk Perguruan Tinggi (SNMPTN), Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi (SBMPTN) , dan juga jalur mandiri universitas.

Dalam seleksi masuk perguruan tinggi, dikenal yang namanya daya tampung dan seleksi keketatan. Semakin terkenal suatu kampus maka biasanya perbandingan jumlah daya tampung dengan jumlah pendaftar calon mahasiswa. Semakin banyak jumlah pendaftar dibanding daya tampung maka semakin bagus tingkat keketatannya, hal ini mencerminkan kampus tersebut sangatlah diminati yang pada nantinya akan berpengaruh terhadap nilai akreditasi suatu jurusan. Artinya, walaupun daya tampung jurusan tidak terlalu banyak, jurusan tetap harus memastikan jumlah pendaftar di jurusan tersebut tetaplah banyak. Untuk itu dibutuhkan sistem promosi yang handal dalam menjaring calon mahasiswa.

Menurut Kotler dan Keller (2016) “Promosi adalah seperangkat teknik insentif, yang sebagian besar bersifat jangka pendek, ditujukan untuk mendorong pembelian barang atau layanan tertentu yang lebih cepat dan lebih tinggi oleh pelanggan atau pedagang. Dalam hal promosi kampus terutama promosi jurusan, seperti halnya promosi produk perusahaan, promosi jurusan dapat dilakukan melalui media konvensional seperti koran, surat kabar, brosur, pamphlet, sosialisasi langsung, dan baliho, ataupun promosi dapat juga dilakukan melalui media digital seperti pemanfaatan website maupun sosial media sebagai alternatif promosi jurusan. Mengingat semakin banyak alternatif perguruan tinggi dan juga program studi yang ditawarkan maka penting sekali bagi sebuah jurusan untuk aktif dalam melakukan promosi terhadap calon mahasiswa baru.

Selain melalui promosi, minat masuk perguruan tinggi juga dipengaruhi oleh faktor persepsi. Persepsi adalah persepsi adalah proses individu dapat

mengenali objek atau fakta objektif dengan menggunakan alat individu (Zamroni, 2013). Terdapat banyak jenis persepsi yang bisa mempengaruhi minat masuk perguruan tinggi, beberapa diantaranya adalah persepsi lingkungan dan persepsi tentang Pendidikan. Minat mahasiswa untuk melanjutkan studi lanjut dapat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya persepsi mahasiswa itu sendiri terhadap pendidikan. rasa motivasi yang tinggi serta ketertarikan untuk bersaing dengan siswa yang lain akan mendorong minat mahasiswa untuk terus menimba ilmu ke jenjang yang lebih tinggi. Persepsi dalam hal ini adalah tanggapan seseorang tentang suatu hal, anggapan ini akan timbul melalui interaksi seseorang dengan lingkungan dimana dia berada. Siswa yang mendapat stimulus baik tentang pendidikan maka akan memiliki persepsi yang baik pula terhadap Pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Febriani (2015) menunjukkan bahwa persepsi tentang Pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masuk perguruan perguruan tinggi.

Selain persepsi pendidikan faktor lain yang bisa mempengaruhi adalah faktor persepsi lingkungan. Lingkungan yang memberikan pengaruh yang signifikan pada remaja adalah lingkungan teman sebaya. Lingkungan Teman sebaya membentuk norma – norma pergaulan tertentu yang sesuai dengan lingkungan. Seorang anak akan berusaha menyesuaikan diri dengan norma yang sudah terbentuk di dalam lingkungannya. Dengan demikian siswa yang bergabung dengan teman sebaya yang baik akan memiliki sifat yang baik pula. Berdasarkan pengamatan penulis, banyak mahasiswa yang melanjutkan perkuliahan karena ikut temannya dan bukan karena kemauan pribadi untuk belajar. Hal ini tercermin dari banyaknya mahasiswa yang pada akhirnya mengeluh karena merasa salah

jurusan ataupun tugas yang terlalu berat. Penelitian yang dilakukan oleh Desiadi (2016) menunjukkan bahwa persepsi lingkungan sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masuk perguruan tinggi.

Hingga saat penelitian ini sudah ada 6 angkatan mahasiswa di program studi manajemen FE UTU. Berdasarkan data yang diperoleh Berdasarkan data dari akademik FE UTU jumlah mahasiswa baru program studi manajemen dari tahun 2016 – 2021 adalah sebagai berikut;

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa baru Manajemen Tahun Ajaran 2016 - 2021

Nomor	Tahun Ajaran	Jumlah Mahasiswa Baru
1	2022	146
2	2021	155
3	2020	122
4	2019	137
5	2018	123
6	2017	88
7	2016	89

Sumber : Data Akademik Pintoe FE UTU

Berdasarkan tabel diatas, jumlah mahasiswa baru Prodi manajemen FE UTU cenderung meningkat setiap tahun. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah peminat pada prodi tersebut sangatlah bagus dan positif. Selain itu jika dilihat dari sisi Akreditasi, program studi manajemen sendiri pada saat penelitian dilakukan masih berstatus terakreditasi C. Berdasarkan data dari Pddikti bahwa dari 20 program studi di UTU Sebagian besar sudah terakreditasi B dengan rincian 12 prodi terakreditasi B, 4 Prodi Terakreditasi Baik, 2 prodi terakreditasi C dan 2 prodi belum terakreditasi. Sedangkan jika dilihat dari jumlah mahasiswa baru setiap tahunnya, mahasiswa manajemen selalu meningkat.

Selain itu Berdasarkan survey awal peneliti, dalam bidang promosi program studi manajemen tidaklah terlalu agresif dalam mempromosikan program studinya

kepada mahasiswa calon mahasiswa, hal ini berdasarkan pantauan peneliti dari keaktifan website program studi maupun media sosial yang masih kurang aktif, padahal di era modern ini. Berikut ini adalah rekapan observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap media promosi yang sudah dilakukan oleh kampus.

Tabel 1.2 Rekapan Observasi Promosi Kampus

No	Jenis Promosi	Ada/Tidak	Keterangan
1	Brosur	Ada	Brosur Jurusan tersedia dan terpanjang di Jurusan/Fakultas
1.	Baliho	Ada	Terlihat Baliho promosi Jurusan di sepanjang jalan
2.	Surat Kabar	Ada	Terlihat promosi jurusan melalui surat kabar
3.	Televisi	Tidak	Tidak Terlihat promosi jurusan melalui TV
4.	Website	Ada	Website jurusan tersedia tetapi informasi yang tersedia belum maksimal dan tampilan website masih sederhana
5.	Social Media	Ada	Instagram jurusan tersedia tetapi tidak terlalu aktif, Video Promosi Jurusan tidak ada tapi promosi Fakultas Ada dan bisa diakses melalui Youtube dan Website
6.	Sosialisasi Langsung	Ada	Kunjungan ke sekolah dilakukan setiap setahun sekali tetapi tidak terlalu intens dan hanya mencakup beberapa daerah saja

Sumber : Observasi penelitian

Promosi melalui media sosial sangatlah memiliki pengaruh yang besar dalam memperkenalkan suatu produk. Selain itu sosialisasi yang dilakukan langsung oleh prodi manajemen secara langsung ke calon mahasiswa juga tergolong minim. Seharusnya, promosi yang kurang akan mengakibatkan jumlah mahasiswa yang semakin berkurang pula. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Persepsi Terhadap Minat Masuk Kuliah Di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar”**.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagaimana Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masuk Kampus di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
2. Bagaimana Pengaruh Persepsi Lingkungan Terhadap Minat Masuk Kampus di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
3. Bagaimana Pengaruh Persepsi Pendidikan Terhadap Minat Masuk Kampus di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
4. Bagaimana Pengaruh Promosi, Persepsi Pendidikan, dan Persepsi Lingkungan secara Bersama Terhadap Minat Masuk Kampus di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Untuk melihat Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masuk Kampus di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
2. Untuk melihat Pengaruh Persepsi Lingkungan Terhadap Minat Masuk Kampus di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
3. Untuk melihat Pengaruh Persepsi Lingkungan Terhadap Minat Masuk Kampus di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
4. Untuk melihat Pengaruh Promosi, Persepsi Pendidikan, dan Persepsi Lingkungan secara Bersama Terhadap Minat Masuk Kampus di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi perguruan tinggi dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi sivitas akademika.
2. Dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya khasanah penelitian yang ada serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.
3. Bagi jurusan manajemen yaitu untuk bahan referensi dan perbaikan pelayanan untuk kedepannya

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini pada bagian pertama berisi uraian tentang apa yang melatarbelakangi masalah ini muncul, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bagian kedua berisi tentang landasan teori yang digunakan oleh penulis sebagai dasar pemikiran yang terdiri dari pengertian dan penelitian-penelitian terdahulu. Serta kerangka pemikiran dan hipotesis

Bagian ketiga memuat tentang metode penelitian yang digunakan mencakup pembahasan jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan, populasi dan sampel, data penelitian, serta model analisis data yang akan dilakukan.

Bagian keempat memuat tentang hasil penelitian yang sudah dilakukan beserta pembahasan hasil penelitian tersebut berdasarkan kejadian di lapangan.

Bagian kelima memuat tentang kesimpulan hasil penelitian serta saran yang diberikan penulis terhadap hasil penelitian tersebut untuk ditindaklanjuti kedepannya.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

2.1. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu aktivitas, strategi dalam lingkup perusahaan yang mengacu kepada output perusahaan dimana output ini adalah tujuan utama dari proses bisnis, hasil akhir yang menjadi target perusahaan (Manumanoso Prasetyo, 2018; Nahumury, 2022), ruang lingkup dari output adalah berupa jasa, produk, maupun penghasilan.. Pemasaran juga merupakan aktivitas mempercepat perpindahan barang maupun jasa yang merupakan hasil produksi dan disalurkan kepada produsen hingga sampai kepada tangan konsumen. Pemasaran mencakup didalamnya periklanan, penjualan serta pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis lain.

Pemasaran adalah suatu proses individu dan manajerial yang membuat individu serta suatu kelompok mendapatkan segala sesuatu yang mereka inginkan dan butuhkan dengan cara membuat dan melakukan pertukaran timbal balik produk dan nilai kepada pihak lainnya (Kotler,Armstrong 2015).

Menurut Laksana (2019) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.

Komunikasi, penyampaian, memberikan hal yang bernilai tentang produk adalah salah satu dari banyaknya lingkup pemasaran yang diperlukan konsumen, pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum agar terpenuhinya kebutuhan dan keinginan manusia (Swasta, 2014).

Pemasaran tidak akan terlepas dari beberapa hal yang menyebabkan timbulnya pemasaran itu, adapun hal-hal tersebut diantaranya adalah keinginan, kebutuhan, permintaan, pertukaran atau transaksi, dan pasar. Dari banyak hal yang menyebabkan timbulnya pemasaran tersebut menyebabkan banyak ahli dalam bidang pemasaran yang telah memberikan definisi yang berbeda mengenai pemasaran, namun pada dasarnya pandangan mereka terhadap pemasaran tetap sama (Volkov et al, 2017).

2.2. Persepsi

Persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Istilah Persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap suatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. Persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri. Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Di dalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman (Proffitt, D et al, 2020).

Persepsi seseorang yang sudah terbentuk dari awal akan mempengaruhi perilakunya dikemudian hari, termasuk persepsinya terhadap aktivitas. Persepsi atau pengetahuan awal menurut Tetchener adalah suatu kelompok penginderaan dengan menambahkan arti yang berasal dari pengalaman masa lalu, atau kesadaran intuitif mengenai kebenaran langsung atau keyakinan yang serta merta mengenai sesuatu.

Persepsi merupakan salah satu dari Perilaku individu (individual Behavior) dijelaskan oleh Nelson & Quick, dipengaruhi oleh dua unsur yaitu unsur yang datang dari lingkungannya maupun unsur yang datang dari dirinya sendiri unsur lingkungan diantaranya berupa organisasi (organization), kelompok kerja (work group) dan jenis pekerjaan (job), serta latar belakang kehidupan pribadinya (Personal life). Sedangkan unsur yang datang dari dirinya sendiri, berupa: keahlian dan kemampuan (skill & abilities. kepribadian (Personality). persepsi (perception), sikap (attitude). nilai (Value) dan etika (ethics) (Simbolon, 2008).

Personality adalah kombinasi dari karakteristik mental dan stabilitas fisik yang memberikan identitas pada individu. Kepribadian adalah sifat alami atau fitrah yang dimiliki setiap individu dalam berhubungan dengan orang lain. Interaksi antara orang-orang dalam kelompok juga menghasilkan pengamatan, dengan aspek persepsi seseorang terhadap orang lain disebut sebagai pengamatan sosial. Persepsi dan kepribadian (personality) membentuk perilaku individu dalam organisasi, maka artikel ini membahas tentang kepribadian atau kepribadian selain persepsi.

Persepsi berkaitan dengan peta kognitif individu bukanlah penyajian fotografik dari suatu kenyataan fisik, melainkan agak bersifat konstruksi pribadi

yang kurang sempurna mengenai objek tertentu, diseleksi sesuai dengan kepentingan utamanya dan dipahami menurut kebiasaan-kebiasaannya. Intinya persepsi adalah suatu proses kognitif yang kompleks dan yang menghasilkan suatu gambar unik tentang kenyataan yang barangkali sangat berbeda dari kenyataannya(Proffitt, D, 2020)

Persepsi juga bisa dipengaruhi oleh Lingkungan, Pendidikan dan lain - lain. Dikutip dari (Handayani, 2021) Persepsi pada pribadi manusia bisa dipengaruhi dan dibentuk sejak usia dini 5-6 tahun dan akan berdampak positif terhadap persepi yang akan didapat di kemudian hari. Persepi juga bisa berubah dikarenakan faktor dari internal diri seseorang dan eksternal seperti lingkungan baik lingkungan kerja, pertemanan dan lain lain. Dikutip dari (Hartono & Sutopo, 2018) Lingkungan kerja adalah sesuatu yang ada disekitar para pekerja dan yang mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas- tugas yang dibebankan. Sedarmayati mendefinisikan bahwa lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya di mana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok (Hartono & Sutopo, 2018)

Persepsi adalah salah satu dari point pengambilan keputusan, dikutip dari (Sumarwan, 2011; Wardhani et al., 2016) Pengambilan keputusan konsumen merupakan pertimbangan penting bagi pemasar karena menentukan apakah konsumen melakukan pembelian atau tidak berdasarkan pilihan yang dibuat konsumen. Keputusan konsumen berkaitan erat dengan informasi yang dimiliki konsumen serta berbagai faktor dan faktor yang dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang produk yang akan dibelinya. Hal ini tidak hanya terjadi pada

jual beli saja tetapi juga terjadi pada minat, tertarik atau tidaknya seseorang akan pemasaran yang dilakukan suatu pihak baik perusahaan, instansi Dll Persepsi Pendidikan.

Persepsi merupakan suatu bagian dari keseluruhan proses yang menghasilkan respons setelah menerapkan rangsangan kepada seseorang. Persepsi terjadi ketika seseorang mendapat rangsangan yang berasal dari luar dan kemudian ditangkap oleh bagian tubuh untuk kemudian dialirkan kebagian otak. Otak kemudian memproses rangsangan tersebut untuk kemudian diterjemahkan kedalam bentuk pemahaman (Sarwono, 2012).

Pendidikan adalah suatu sistem yang terbuka, seseorang tidak mampu mendapatkan Pendidikan yang optimal jika seseorang tersebut menghindari sendiri dari pergaulan dengan lingkungan sekitar. Seseorang akan memiliki persepsi masing – masing terhadap Pendidikan, preferensi yang berbeda- beda serta tujuan yang berbeda – beda. Hal ini dikarenakan Pendidikan yang didapatkan oleh setiap orang juga berbeda satu sama lain dan bagaimana setiap individu mengaplikasikan hasil dari Pendidikan mereka dalam kehidupan juga tidak sama.

Persepsi Pendidikan dapat dilihat dari beberapa faktor antara lain pentingnya pendidikan bagi siswa, manfaat yang didapat dari pendidikan, dan ketertarikan siswa terhadap informasi tentang pendidikan.

2.2.1. Persepsi lingkungan

Selain Pendidikan, Lingkungan teman sebaya juga bisa menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat individu untuk melanjutkan Pendidikan ke jenjang lebih tinggi. Lingkungan teman sebaya merupakan lingkungan yang

terdiri dari beberapa orang yang berkumpul dan berinteraksi yang mempunyai umur yang relatif sama yang memiliki kepentingan bersama dan mempunyai suatu norma yang dibuat dan dipatuhi secara bersama – sama. Lingkungan teman sebaya dalam penelitian ini, yaitu teman sebaya yang ada dalam lingkungan tempat tinggal, lingkungan sekolah dan lingkungan belajar. Lingkungan teman sebaya merupakan tempat pengganti keluarga karena pada usia remaja anak akan lebih mudah mendengar pendapat dari teman sebaya dibanding keluarga maupun orang yang lebih tua.

Indikator lingkungan teman sebaya dalam penelitian yaitu lingkungan teman sebaya yang berada di lingkungan tempat tinggal, lingkungan sekolah dan lingkungan belajar yang memberikan dukungan dan selalu terlibat interaksi dengan responden.

2.3. Promosi

Promosi adalah mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Persepsi konsumen mengenai promosi dalam penelitian ini adalah frekuensi konsumen melihat iklan di media (Wardhani et al., 2016). Promosi adalah kegiatan yang meningkatkan suatu hal yang dijual, dipasarkan ke arah yang lebih baik agar didapatnya keuntungan baik bagi perusahaan dan hasil produksi.

Promosi yang sudah merambah bahkan ke dunia pendidikan menjadi hal penting guna meningkatkan mutu pendidikan dan menaikkan serta mengembangkan universitas masyarakat dan negara. Promosi yang terjadi di perusahaan dan lembaga tentu jauh berbeda dimana lembaga pendidikan harus

mempromosikan instansi dengan menyesuaikan, mencari tahu minat bakat daripada generasi yang ingin masuk kedalam lingkup yang lebih tinggi.

Promosi pada perusahaan dengan lembaga pendidikan tentu berbeda, khususnya pada konsep tujuan. Perusahaan melakukan promosi untuk konsumen sehingga mendapat profit yang optimal, tetapi berbeda dengan lembaga pendidikan yang melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat menitipkan anak mereka pada lembaga pendidikan tertentu. Namun keduanya bermuara pada kemakmuran organisasi dan karyawan mereka. Untuk era sekarang perbedaan antara perusahaan dengan lembaga pendidikan tidak lagi pada cara memperoleh sumber dana yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktivitas organisasi (Kanada, 2019).

Tujuan promosi di antaranya adalah: 1) menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial, 2) mendapatkan kenaikan penjualan dan profit, 3) mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan, 4) menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar, 5) membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing, dan 6) membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan (Kanada, 2019).

Promosi–promosi yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu maka dapat kita lihat kualitas dan kuantitasnya. Seperti halnya yang dilakukan oleh berbagai sekolah tinggi ataupun perusahaan tinggi profesi menampilkan alumninya yang sudah bekerja di berbagai bidang sesuai dengan kompetensi yang ditawarkan. Mengingat hal tersebut, maka fokus dari manajemen pendidikan saat ini harus mengalami perubahan dari sekedar melayani proses pendidikan, menjadi bagaimana membuat “pemakai pendidikan” diubah menjadi “pelanggan

pendidikan” dimana pelanggan pendidikan inilah yang akan memberikan loyalitas yang tinggi untuk tidak bisa berpaling pada lembaga lain.

Philip Kotler menyatakan bahwa citra yang positif merupakan aset yang berharga di pasar, image yang positif juga modal dasar yang kuat dalam mempengaruhi harapan pelanggan citra baik tersebut salah satunya dilakukan dengan cara mempengaruhi kebutuhan dan harapan pelanggan agar sesuai dengan produk dan layanan yang ada di sekolah/madrasah. Dengan demikian, calon siswa lebih tertarik untuk masuk sekolah/madrasah tersebut (Alma, B, 2014; Kanada, 2019). Maka dari itu sekolah harus berusaha untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas, layanan yang memuaskan, dan didukung dengan promosi yang maksimal agar hasil yang diharapkan akan tercapai.

2.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Melanjutkan Pendidikan

Ke Perguruan Tinggi

Menurut (Slameto, 2010), minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang akan diperhatikan secara terus menerus yang disertai dengan rasa senang. Berbeda dengan perhatian karena perhatian sifatnya hanya sementara dan belum tentu diikuti dengan perasaan senang. Sedangkan minat selalu diikuti dengan perasaan senang dan akan diperoleh kepuasan. Menurut (M. Dalyono 2005) minat dapat timbul dengan adanya daya tarik dari luar dan juga datang dari hati sanubari.

Dari pernyataan tokoh-tokoh dapat dirangkum bahwa minat merupakan rasa ketertarikan dan rasa senang terhadap suatu objek yang membuat seseorang lebih perhatian terhadap objek dan berusaha mencari segala informasi tentang

objek tersebut termasuk juga minat melanjutkan studi ke perguruan tinggi merupakan ketertarikan siswa untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi yang tumbuh secara sadar dalam diri siswa. Ketertarikan tersebut menyebabkan siswa memberikan perhatian yang lebih terhadap perguruan tinggi yang akan mereka pilih (Muhibin, 2000; Rosen 2015).

Menurut (Slameto, 2010) minat melanjutkan ke perguruan tinggi dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu:

1. Faktor internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal di dalam diri individu yang sedang belajar serta melekat pada diri sendiri yang meliputi tiga aspek, yaitu:

- a. Faktor Fisik dan jasmani

Faktor fisik dan jasmani merupakan faktor yang melekat pada diri individu dan berhubungan dengan fisik individu sehingga menjadi ciri khas. Faktor ini meliputi kesehatan fisik seseorang. Dalam proses pembelajaran, kesehatan yang kurang baik mengganggu kinerja fisik. Oleh karena itu, individu harus berusaha untuk memastikan bahwa kondisi fisik mereka tetap terjaga.

- b. Faktor Psikologis

Faktor psikologis adalah faktor yang berhubungan dengan keadaan mental dan psikis seseorang. Karena faktor ini mempengaruhi hasil belajar siswa, perhatian juga harus diberikan pada proses belajar di luar kesehatan mental dan psikologis siswa.

- c. Faktor Kelelahan

Faktor kelelahan meliputi kelelahan fisik dan mental. Lelahnya kekuatan fisik seseorang dapat terbaca dari lemah dan tidak berdayanya seseorang. Kedua,

kelelahan mental dapat dilihat dari akumulasi kebosanan, kemalasan, penurunan minat kurangnya dorongan untuk melakukan sesuatu serta demotivasi.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berada di luar diri siswa dan meliputi tiga aspek, yaitu:

a. Faktor Keluarga

Faktor keluarga mempengaruhi belajar siswa karena dipengaruhi oleh pendidikan orang tua, hubungan antar anggota keluarga, suasana rumah, keadaan keuangan keluarga, pemahaman orang tua dan latar belakang budaya.

b. Faktor Sekolah

Faktor sekolah mempengaruhi pemahaman siswa terhadap materi yang diajarkan karena dipengaruhi oleh metode pengajaran, kurikulum, hubungan guru-siswa, hubungan siswa-siswa, disiplin sekolah, bahan ajar, tahun pelajaran, standar belajar yang lebih besar untuk kelas, gedung kondisi, metode dan pekerjaan rumah.

c. Faktor Masyarakat

Faktor masyarakat mempengaruhi proses belajar siswa di luar rumah dan sekolah. Faktor ini mempengaruhi aktivitas sosial siswa, media, kolega, dan bentuk kehidupan masyarakat.

Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

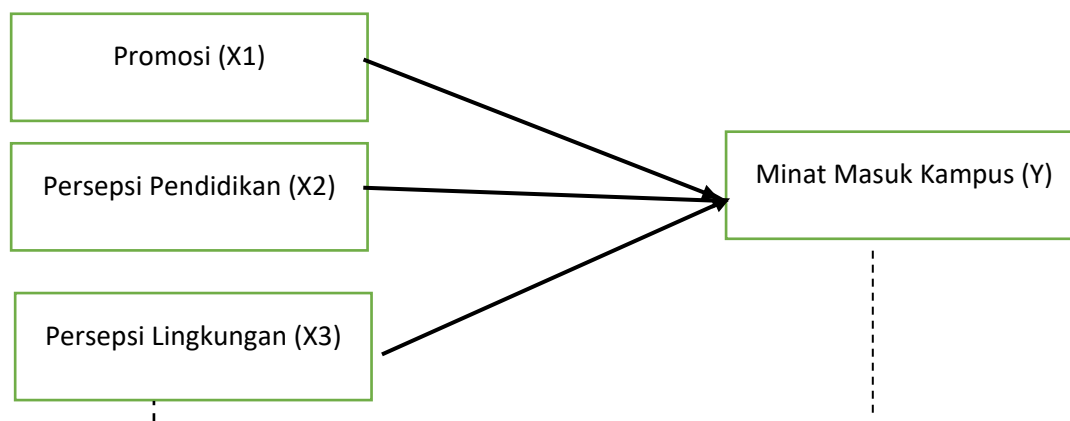
No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
1	(Saryanto,	Pengaruh promosi	Promosi	Promosi dan Citra

	2013)	dan citra program studi pendidikan akuntansi terhadap minat masuk program studi pendidikan akuntansi pada mahasiswa fkip akuntansi universitas muhammadiyah surakarta	(X1) Citra Kampus (X2) Minat Masuk (Y)	Kampus Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat masuk
2	(Desiadi, 2016)	Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Persepsi Tentang Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Ke Perguruan Tinggi	Persepsi Sosial (X1) Persepsi Pendidikan (X2) Minat Melanjutkan Studi (Y)	Persepsi sosial dan persepsi Pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap minat melanjutkan studi
3	Febriani (2015)	Pengaruh Persepsi Tentang Pendidikan, Lingkungan Teman Sebaya, Jenis Sekolah, Dan Status Sekolah Terhadap Minat Melanjutkan Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Jenjang Pendidikan Menengah Yang Bertempat Tinggal Di Desa Adiwerna Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal	Persepsi Pendidikan (X1) Lingkungan Teman Sebaya (X2) Jenis Sekolah (X3) Status Sekolah (X4) Minat melanjutkan Studi (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi tentang pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi. Lingkungan teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melanjutkan ke perguruan tinggi.

Sumber: Penelitian terdahulu

2.5. Kerangka Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan kajian Pustaka diatas maka kerangka pemikiran untuk penelitian ini adalah sebagai berikut;



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.6. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut;

Ha1 : promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

H01 : promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

Ha2 : persepsi pendidikan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

H02 : persepsi Pendidikan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masuk Kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

Ha3 : persepsi lingkungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

H03 : persepsi lingkungan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

Ha4 : promosi, persepsi Pendidikan, dan persepsi lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

H04 : promosi, persepsi Pendidikan, dan persepsi lingkungan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Pengaruh Promosi dan Persepsi Terhadap Minat Masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono , 2019). Populasi Penelitian ini adalah seluruh mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar Tahun Ajaran 2018 – 2021. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan random sampling, yaitu metode pengambilan sampel pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. (Sugiyono, 2019). Untuk menarik data dari populasi penulis menggunakan metode kuesioner atau metode angket yang dibagikan kepada responden. Data yang didapatkan kemudian dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda melalui software SPSS vs 24.

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (2013), populasi merupakan keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar Angkatan 2018 – 2021

walaupun masih ada Angkatan 2016 dan 2017 yang masih tersisa namun jumlahnya sangat kecil sehingga tidak diambil menjadi subjek penelitian.

Sample adalah bagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2013). Penelitian ini menggunakan metode proportionate stratified random sampling yaitu metode pengambilan sampel pada populasi yang heterogen dan berstrata dengan mengambil sampel dari tiap tiap sub populasi yang jumlahnya disesuaikan dengan jumlah anggota dari masing-masing sub populasi secara acak atau serampangan (Sugiyono, 2019). Berikut ini adalah jumlah mahasiswa aktif jurusan manajemen.

Tabel 3.1. Jumlah Mahasiswa Aktif Jurusan Manajemen Angkatan 2018 - 2021

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa Aktif
1	2018	69 Mahasiswa
2	2019	127 Mahasiswa
3	2020	110 Mahasiswa
4	2021	125 Mahasiswa
5	2022	146 Mahasiswa
5	Total	577 Mahasiswa

Berdasarkan jumlah mahasiswa di atas yang menjadi populasi penelitian maka penentuan jumlah sampel penelitian menggunakan rumus Slovin yaitu;

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana;

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi penelitian

E = Sampling error (Menggunakan margin of error 10%)

Maka didapat

$$n = 577 / (1 + (577 \times 0,1 \times 0,1))$$

$$n = 85 \text{ Mahasiswa}$$

Berdasarkan rumus diatas maka jumlah sampel Minimal adalah 85 mahasiswa.

Jumlah diatas adalah jumlah minimum sampel penelitian, untuk menghindari kemungkinan adanya kuesioner yang gagal terisi atau rusak, maka peneliti akan menyebarkan kurang lebih 100 responden.

3.3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2013) yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

3.3.1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahnya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013). Adapun variable independent dalam penelitian ini adalah;

a. Promosi (X1)

promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga Adapun indicator promosi adalah sebagai berikut (Simamora, 2018);

- a. Kegiatan periklanan di media massa
- b. Pemberian diskon atau potongan harga
- c. Mensponsori suatu kegiatan
- d. Pemampangan iklan di tempat umum

e. Pemanfaatan sosial media atau internet

b. Persepsi Pendidikan (X2)

Persepsi Pendidikan adalah bagaimana anggapan seseorang mengenai Pendidikan yang timbul dari interaksi dengan lingkungan di sekitar. Persepsi Pendidikan dapat dilihat dari beberapa faktor antara lain (Febriani, 2015)

- a. pentingnya pendidikan bagi siswa,
- b. manfaat yang didapat dari pendidikan, dan
- c. ketertarikan siswa terhadap informasi tentang Pendidikan .

c. Persepsi Lingkungan (X3)

Persepsi lingkungan dalam penelitian ini adalah Lingkungan teman sebaya dalam penelitian ini yaitu lingkungan teman sebaya yang terdapat di lingkungan tempat tinggal, lingkungan sekolah dan lingkungan belajar yang terdiri dari sekelompok anak yang memiliki usia yang relatif sama, kepentingan dan kebiasaan relatif sama, yang berinteraksi hampir setiap saat dan akan memberikan dukungan bagi anak dalam kehidupannya. Indikator lingkungan teman sebaya dalam penelitian yaitu; (Febriani, 2015)

- a. lingkungan teman sebaya yang berada di lingkungan tempat tinggal,
- b. lingkungan sekolah dan
- c. lingkungan belajar yang memberikan dukungan dan selalu terlibat interaksi dengan responden.

3.3.2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independent (Sugiyono, 2013). Adapun variabel dependen

dalam penelitian ini adalah minat memilih Kampus. Indikator yang dipakai adalah sebagai berikut (Beggs, Bantham, dan Taylor, 2008 dalam Nugrahini, 2015)

- a. pertimbangan keuangan
- b. Karakteristik Pekerjaan
- c. Kecocokan dan ketertarikan
- d. Karakteristik jurusan
- e. Faktor lingkungan/sosial
- f. Sumber informasi dan pengaruh

3.4. Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat data primer yaitu data yang diambil secara langsung dari responden penelitian. Adapun Teknik atau metode pengambilan data menggunakan metode kuesioner dimana peneliti Menyusun seperangkat pertanyaan yang sudah melewati berbagai uji validitas dan reliabilitas. Kuesioner tersebut kemudian dibagikan ke setiap responden dan kemudian hasil dari penelitian tersebut ditabulasikan untuk kemudian dijadikan diuji lebih lanjut. bentuk kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan skala likert 1-5 dengan rentan sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Adapun skor penilaian untuk setiap pilihan sebagai berikut:

Tabel. 3.1 Skala Likert Penelitian

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5. Metode Analisis Data

Untuk menganalisa penelitian ini, data kuesioner ditabulasikan terlebih dahulu ke dalam aplikasi Microsoft excel. peneliti terlebih dahulu memastikan bahwa data yang didapat dari kuesioner terlebih dahulu melewati uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian data yang telah melewati uji tersebut dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24 menggunakan metode regresi linear berganda.

3.6. Uji validitas dan Reliabilitas

3.6.1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji instrumen yang digunakan peneliti untuk memastikan seluruh butir – butir pertanyaan dalam kuesioner sudah tepat sasaran dan mewakili apa yang peneliti inginkan. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut.

- a. Apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid.
- b. Apabila nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid dan harus dihapus dari penelitian.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Selain uji validitas , peneliti juga perlu menggunakan uji reliabilitas yang bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh butir pertanyaan sudah secara

konsisten dalam mewakili pertanyaan yang diinginkan peneliti. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut;

- a. Apabila nilai Cronbach alpha lebih besar daripada 0,6 maka angket pertanyaan dianggap reliable.
- b. Apabila nilai Cronbach alpha lebih kecil daripada 0,6 maka angket pertanyaan dianggap tidak reliabel sehingga perlu disusun ulang.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa seluruh data penelitian ini terbebas dari unsur – unsur penyimpangan dan bersifat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE), Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah;

3.6.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk memastikan data yang digunakan dalam penelitian ini sudah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat dengan menggunakan tabel P-plot dimana kriteria pengambilan keputusannya adalah;

- a. Apabila sebaran data menyebar disekitar dan mengikuti arah garis diagonal maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- b. Apabila sebaran data menyebar dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

3.6.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel–variable independent yang digunakan dalam penelitian. Menurut

(Sinaga & Ghozali, 2013). uji ini perlu digunakan apabila variabel bebas yang digunakan dalam penelitian lebih dari satu. Uji multikolinearitas dapat dilihat dengan menggunakan variance Inflation Factor (VIF), Adapun kriterianya adalah sebagai berikut;

- a. jika nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance $> 0,01$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai VIF > 10 atau nilai Tolerance $< 0,01$, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model suatu regresi dapat terjadi ketidaksamaan variance yang dilakukan dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan grafik scatterplot. Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut;

- a. Apabila titik – titik menyebar di antara nilai 0 dan tidak membentuk pola tertentu maka data dinyatakan terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.
- b. Apabila titik – titik menumpuk diantara nilai 0 dan membentuk pola tertentu maka data dinyatakan terdeteksi heteroskedastisitas.

3.7. Uji Regresi Berganda

Uji Regresi berganda bertujuan untuk melihat besar pengaruh antara variabel bebas Promosi (X1), Persepsi pendidikan (X2), dan Persepsi Lingkungan (X3) Terhadap Variabel Dependen Kinerja Minat Masuk Kampus (Y). Uji regresi berganda dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Adapun formula regresi berganda penelitian ini adalah sebagai berikut;

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan

Y	= Minat Masuk Kampus
a	= Nilai Konstanta
b ₁	= Nilai koefisiensi Promosi
X ₁	= Promosi
b ₂	= Nilai koefisiensi persepsi pendidikan
X ₂	= Persepsi Pendidikan
b ₃	= Nilai koefisiensi Persepsi Lingkungan
X ₃	= Persepsi lingkungan
e	= Sampling Error

3.8. Koefisien Determinan

Koefisien determinasi bertujuan melihat mengukur kemampuan dalam sebuah model penelitian dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dengan menggunakan nilai r^2 dengan rentang nilai dari 0-1. Apabila nilai r^2 mendekati 1 maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya. Sebaliknya nilai r^2 yang mendekati 0 maka semakin lemah variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya.

3.9. Uji Hipotesis

Uji hipotesis penelitian ini menggunakan uji parsial (Uji -T) dan uji simultan (Uji F).

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut :

- a. H_0 ditolak jika $\text{sig. } F < 0,05 (\alpha = 5\%)$
- b. H_0 diterima jika $\text{sig. } F > 0,05 (\alpha = 5\%)$

2. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika $\text{sig. } t < 0,05 (\alpha = 5\%)$ maka hasilnya signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan Jika $\text{sig. } t > 0,05 (\alpha = 5\%)$ maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H_0 diterima dan H_1 Ditolak.

- a. H_0 ditolak jika $t \text{ hitung} < 0,05 (\alpha = 5\%)$
- b. H_0 diterima jika $t \text{ hitung} > 0,05 (\alpha = 5\%)$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Singkat Jurusan Manajemen

Keberadaan Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar (FE UTU) bersama dengan lahirnya Universitas Teuku Umar melalui SK Menteri Pendidikan Nasional No.262/D/0/2006 pada tanggal 10 November 2006. Dengan keluarnya izin tersebut, berdirilah FE UTU termasuk 5 fakultas lainnya, yakni Fakultas Pertanian, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Teknik dan Fakultas Kesehatan Masyarakat. Di awal pembentukannya, FE UTU hanya terdapat satu program studi, yakni Program Studi S1 Ilmu Ekonomi Pembangunan. Kemudian pada tanggal 1 April 2014, Presiden Susilo Bambang Yodhoyono menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 25 Tahun 2014 tentang Penegerian Universitas Teuku Umar, di mana di dalamnya termasuk FE UTU. Pasca penegerian FE UTU terus berkembang, hal ini ditandai dengan bertambahnya program studi baru, yakni Program Studi S1 Manajemen dan Program Studi S1 Akuntansi. Kedua program studi tersebut dibuka dengan dasar hukum Keputusan Menristekdikti, yakni: a. Kepmenristekdikti Nomor: 24/KPT/I/2016, tanggal 20 Januari 2016 tentang Pembukaan Program Studi Manajemen Program Sarjana. b. Kepmenristekdikti Nomor: 367/KPT/I/2016, tanggal 13 September 2016 tentang Pembukaan Program Studi Akuntansi Program Sarjana.

Pada saat penelitian ini dilakukan, Jumlah dosen aktif total di jurusan manajemen sebanyak 24 orang. Sedangkan untuk akreditasi, jurusan manajemen tercatat memiliki terakreditasi “Baik” melalui program konversi nilai akreditasi.

Hingga saat ini, sudah terdapat 3 angkatan alumni yaitu alumni Angkatan 2016, 2017, dan 2018.

4.1.1. Visi dan Misi Jurusan

Berikut ini adalah visi dan misi jurusan manajemen;

a. Visi

Menjadi sumber inspirasi dan referensi dalam bidang ilmu manajemen dan bisnis yang mendukung kemajuan sektor agro and marine industry di peringkat Regional (2025) Nasional (2040) dan Internasional (2060) melalui riset yang inovatif, kreatif, dan berdaya saing tinggi.

b. Misi

1. Menyelenggarakan dan mengembangkan proses pembelajaran ilmu manajemen dan bisnis yang mendukung kemajuan sektor agro and marine industry.
2. Menghasilkan dan menyebarkan hasil-hasil riset dalam bidang ilmu manajemen dan bisnis yang dapat menjadi inspirasi dan referensi dalam pengembangan ilmu manajemen dan bisnis untuk kebutuhan sektor agro and marine industry.
3. Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk pengembangan sektor agro dan marine industry dan sektor-sektor lainnya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
4. Melakukan kerjasama untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan Pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dibidang ilmu Manajemen dan Bisnis yang mendukung sektor agro and marine industry.

- Mempersiapkan lulusan yang berjiwa wirausaha serta memiliki kapasitas baik soft skill maupun hard skill dalam pengembangan ilmu manajemen dan bisnis yang mendukung sektor agro and marine industry.

4.1.2. Struktur Organisasi Manajemen



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Jurusan Manajemen

4.2. Deskripsi Data Penelitian

Berikut ini merupakan deskripsi data responden penelitian ini;

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Penelitian

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	- Laki - Laki	39	39%
	- Perempuan	61	61%
2	Umur		
	- 18 Tahun	28	28
	- 19 Tahun	23	23
	- 20 Tahun	28	28
	- 21 Tahun	20	20
	- 22 Tahun	1	1
3	Semester		
	- 2022 (1)	40	40
	- 2021 (3)	26	26
	- 2020 (5)	34	34
4	Total	100	100

Berdasarkan table diatas, jumlah responden perempuan sedikit lebih banyak jika dibandingkan dengan responden laki – laki dengan persentase masing – masing (61% dan 39%). Sedangkan untuk umur responden berkisar antara 18-21 tahun dan hanya 1 orang responden yang berumur 22 tahun. Sedangkan untuk semester responden yang paling banyak mengisi kuesioner adalah Angkatan 2022 atau mahasiswa semester 1 dengan 40 responden.

4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.1. Uji Validitas

Berikut ini merupakan hasil uji validitas untuk variabel independen dan variabel dependen penelitian ini;

Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Item Pertanyaan	rtable	rhitung	Kesimpulan
X1.1	0.196	0.710	Valid
X2.2	0.196	0.800	Valid
X3.3	0.196	0.727	Valid
X4.4	0.196	0.708	Valid
X5.5	0.196	0.400	Valid
X6.6	0.196	0.497	Valid
7	0.196	0.525	Valid

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa semua R hitung variabel promosi lebih tinggi dibandingkan dengan r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan variabel ini valid dan layak dipakai untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Pendidikan

Item Pertanyaan	rtable	rhitung	Kesimpulan
1	0.196	0.574	Valid
2	0.196	0.497	Valid
3	0.196	0.557	Valid
4	0.196	0.501	Valid
5	0.196	0.558	Valid
6	0.196	0.395	Valid
7	0.196	0.626	Valid
8	0.196	0.520	Valid
9	0.196	0.520	Valid
10	0.196	0.545	Valid

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa semua R hitung variabel persepsi pendidikan lebih tinggi dibandingkan dengan r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan variabel ini valid dan layak dipakai untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variable Persepsi Lingkungan

Item Pertanyaan n	rtabel	rhitung	Kesimpulan
1	0.196	0.671	Valid
2	0.196	0.453	Valid
3	0.196	0.633	Valid
4	0.196	0.430	Valid
5	0.196	0.622	Valid
6	0.196	0.603	Valid
7	0.196	0.501	Valid
8	0.196	0.579	Valid
9	0.196	0.447	Valid
10	0.196	0.388	Valid

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa semua R hitung variabel persepsi lingkungan lebih tinggi dibandingkan dengan r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan variabel ini valid dan layak dipakai untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Masuk Kampus

Item Pertanyaan	rtabel	rhitung	Kesimpulan
1	0.196	0.484	Valid
2	0.196	0.638	Valid
3	0.196	0.622	Valid
4	0.196	0.576	Valid
5	0.196	0.573	Valid
6	0.196	0.075	Tidak Valid
7	0.196	0.598	Valid
8	0.196	0.076	Tidak Valid
9	0.196	0.579	Valid

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa terdapat dua pertanyaan yang R hitung lebih kecil dibandingkan dengan r tabel, sehingga kedua item tersebut dikeluarkan dari hasil penelitian.berikut ini adalah hasil setelah item tersebut dikeluarkan;

Tabel 4.7. Hasil Revisi Uji Validitas Variabel Minat Masuk Kampus

Item Pertanyaan	r _{tabel}	r _{hitung}	Kesimpulan
1	0.196	0.488	Valid
2	0.196	0.709	Valid
3	0.196	0.598	Valid
4	0.196	0.662	Valid
5	0.196	0.677	Valid
7	0.196	0.603	Valid
9	0.196	0.618	Valid

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa semua R hitung variabel dependen Minat Masuk kampus lebih tinggi dibandingkan dengan r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan variabel ini valid dan layak dipakai untuk penelitian selanjutnya.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Adapun Uji realibilitas penelitian ini adalah sebagai berikut;

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Promosi	0.750	Reliabel
2	Persepsi Pendidikan	0.706	Reliabel
3	Persepsi Lingkungan	0.720	Reliabel
4	Minat Masuk Kampus	0.733	Reliabel

Berdasarkan table diatas, semua item kuesioner memiliki nilai cronbach alpha diatas 0.60 hal ini menunjukkan bahwa semua semua variabel dikatakan reliabel dan bisa digunakan untuk uji selanjutnya.

4.4. Nilai Rata- rata Variabel

Berikut ini adalah nilai rata – rata (mean) dari setiap item pertanyaan pada kuesioner

Tabel 4.9 Nilai Mean Item Kuesioner Promosi

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1	Pihak kampus membentuk tim promosi kampus ke sekolah.	1	2	5	61	31	4,19
2	Biaya UKT yang ditawarkan lebih Murah dan sesuai kualitas	0	4	6	50	40	4,26
3	Promosi melalui brosur/pamflet tampak bagus dan menarik	0	0	6	51	43	4,37
4	Kampus melakukan kegiatan Expo/Bazaar/Festival Yang menarik	0	0	10	39	51	4,41
5	Kampus Memiliki Video promosi yang menarik	0	0	5	51	44	4,39
6	Media Sosial Kampus selalu update	0	0	6	61	33	4,27
7	Hubungan Kampus dengan Masyarakat sangat baik	0	0	4	72	24	4,2

(Sumber: tabulasi data penelitian)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa item pertanyaan “kampus melakukan kegiatan Expo/Bazaar/Festival yang menarik” mendapat tanggapan tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa promosi dengan mengadakan kegiatan langsung serta mengundang orang luar ke UTU lebih efektif dalam mempromosikan kampus. Sedangkan item pertanyaan pihak kampus membentuk tim promosi ke sekolah mendapat skor terendah yang mengindikasikan bahwa selama ini promosi ke sekolah masih dirasa kurang efektif dalam mempromosikan kampus.

Tabel 4.10 Nilai Mean item Kuesioner Persepsi Pendidikan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1	Melanjutkan Pendidikan ke jenjang s1 akan membantu saya mensejahterakan hidup	2	12	32	41	13	3,51
2	Pendidikan tinggi mampu mengubah hidup saya kedepan	1	10	23	47	19	3,73
3	Memiliki jenjang pendidikan yang tinggi merupakan cita – cita saya	0	2	23	53	22	3,95
4	Pendidikan merupakan hal yang sangat penting dan tidak dapat lepas dari kehidupan	2	2	25	52	19	3,84
5	Memiliki pendidikan yang tinggi membuat saya dihormati dan diterima di masyarakat	1	6	31	51	11	3,65
6	Dengan memiliki pendidikan yang tinggi saya dapat dengan mudah untuk mencari pekerjaan	1	2	31	48	18	3,8
7	Pendidikan dapat mengubah status sosial saya	2	8	27	54	9	3,6
8	Pendidikan akan membangun sikap dan karakter saya menjadi lebih baik	3	7	23	57	10	3,64
9	Saya memperoleh informasi pendidikan dengan bertanya kepada orang yang saya anggap tahu banyak mengenai pendidikan	4	7	27	52	10	3,57
10	Saya mencari informasi tentang pendidikan melalui internet, media massa dan buku	1	6	21	64	8	3,72

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa item pertanyaan ketiga dan keempat yaitu “Memiliki jenjang pendidikan yang tinggi merupakan cita – cita saya” dan “Pendidikan merupakan hal yang sangat penting dan tidak dapat lepas dari kehidupan” mendapat rata – rata nilai paling tinggi yaitu 3,95 dan 3,84. Hal

ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengerti akan pentingnya melanjutkan kuliah terhadap kehidupan mereka. Sedangkan item pertanyaan pertama dan kesembilan yaitu “Melanjutkan Pendidikan ke jenjang s1 akan membantu saya mensejahterakan hidup” dan “Saya memperoleh informasi pendidikan dengan bertanya kepada orang yang saya anggap tahu banyak mengenai pendidikan” mendapat nilai terendah dengan nilai 3,51 dan 3,57. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak yakin bahwa melanjutkan Pendidikan tinggi akan secara otomatis menjamin kesejahteraan mereka.

Tabel 4.11 Nilai Mean item Kuesioner Persepsi Lingkungan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1	Teman sebaya di lingkungan tempat tinggal menanyakan mengenai kelanjutan studi saya	3	10	29	45	13	3,15
2	Teman sebaya di lingkungan sekolah mendukung saya untuk melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi	6	21	32	34	7	3,73
3	Teman sebaya di lingkungan tempat tinggal selalu menanyakan perkembangan pelajaran – pelajaran saya di sekolah	0	9	25	50	16	4,0
4	Saya dan teman sebaya di sekolah selalu bertukar informasi mengenai kelanjutan studi yang akan dilakukan setelah lulus dari jenjang pendidikan menengah	1	4	17	50	28	3,83
5	Teman sebaya membantu saya dalam mencari Perguruan Tinggi yang bagus untuk saya	0	7	23	53	20	3,6
6	Teman sebaya di lingkungan sekolah mendukung cita – cita saya	1	13	21	55	10	3,87
7	Saya mempunyai banyak teman sebaya di lingkungan tempat tinggal saya	3	4	12	65	16	3,77
8	Saya akan lebih dihargai teman sebaya jika saya melanjutkan ke perguruan tinggi	3	7	15	60	15	3,82
9	Saya diterima dengan baik oleh teman sebaya di lingkungan sekolah maupun tempat tinggal	3	3	15	67	15	3,8
10	Jika saya mempunyai pendapat	2	7	13	65	13	3,1

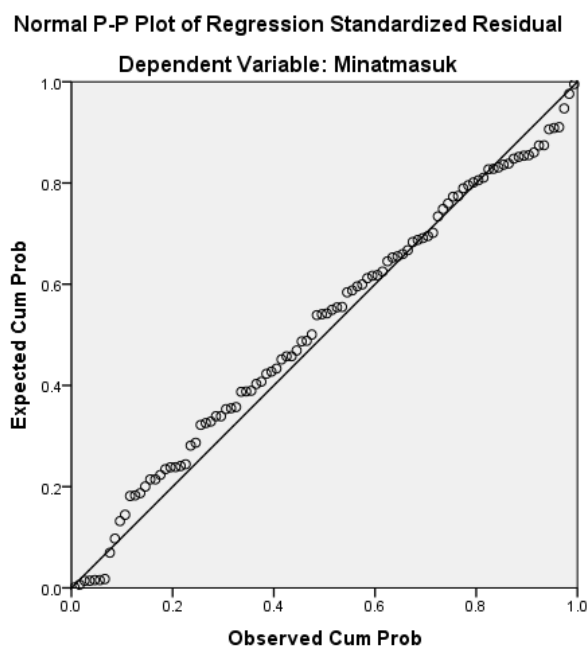
	tentang sesuatu hal akan dihargai oleh teman sebaya						
--	-----------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa item pertanyaan “Teman sebaya di lingkungan tempat tinggal selalu menanyakan perkembangan pelajaran – pelajaran saya di sekolah” mendapat skor paling tinggi, hal ini mengindikasikan bahwa salah satu faktor pendorong responden melanjutkan kuliah adalah rasa ingin tetap setara dengan teman – teman yang lain. Sedangkan item pertanyaan paling sedikit nilainya adalah “Jika saya mempunyai pendapat tentang sesuatu hal akan dihargai oleh teman sebaya yang mengindikasikan bahwa melanjutkan studi ke suatu jurusan terdapat kemungkinan bukan sepenuhnya keinginan pribadi tapi melainkan mengikuti pendapat orang lain.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk Penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik P.Plot, dimana apabila titik – titik menyebar di sepanjang garis diagonal dan tidak membentuk pola tertentu maka data penelitian dianggap normal, berikut ini hasil grafik P-Plot Penelitian.

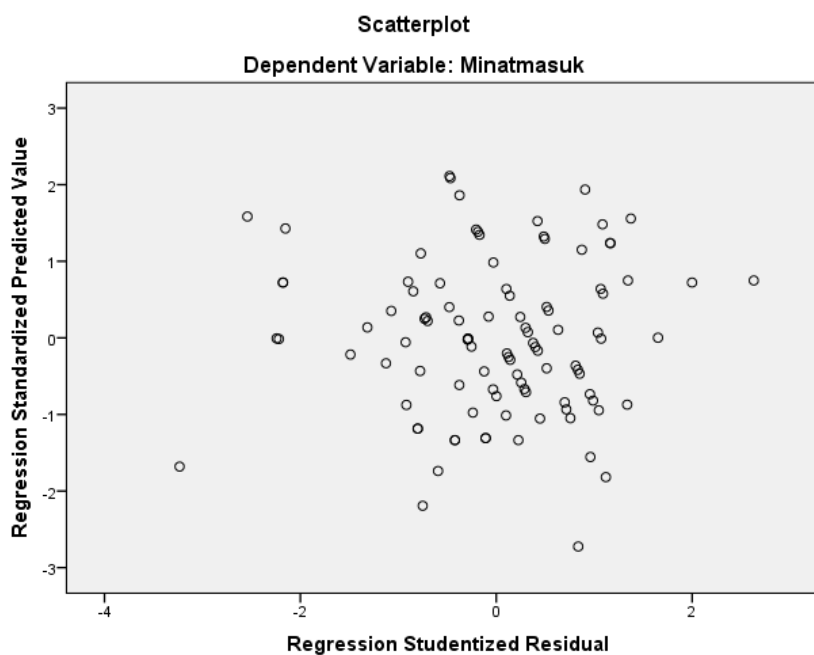


Gambar 4.2. Grafik P-Plot Uji normalitas
(Sumber: SPSS Output)

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa, titik – titik menyebar pada garis diagonal dan tidak membentuk pola tertentu sehingga data penelitian ini layak untuk dilakukan uji selanjutnya.

4.5.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik scatter plot, dimana jika titik – titik menyebar diatas dan dibawah serta berada disekitar angka 0, maka data penelitian ini lulus uji heterokedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan metode scatterplot.



Gambar 4.3. Grafik Scatterplot
(Sumber: SPSS Output)

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik menyebar di atas dan bawah serta berada disekitar titik 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini lolos uji heteroskedastisitas dan layak untuk dilanjutkan ke analisis selanjutnya.

4.5.3. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance value dan Variance Inflation Factor (VIF) dimana apabila nilai tolerance value lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF lebih besar dari 1 dan lebih kecil dari 10 maka penelitian dianggap bebas dari multikolinearitas

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	promosi	.983	1.017
	Per_pendi	.873	1.145
	Per_lingk	.885	1.130

a. Dependent Variable: Minatmasuk

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance value berada diatas 0.1 dan nilai VIF berada dibawah 10 sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas dan bisa dipakai untuk analisis selanjutnya.

4.6. Uji Regresi Berganda

Uji regresi berganda adalah uji yang dilakukan untuk melihat besaran pengaruh variabel independent terhadap variable dependent. Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi (X1), Persepsi Pendidikan (X2), Persepsi Lingkungan (X3), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat masuk Kampus (Y). berikut adalah hasil uji regresi berganda;

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda

		Coefficients				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	24.448	4.968		4.921	.000
	X1	-.032	.114	-.027	-.278	.781
	X2	.101	.077	.133	1.310	.193
	X3	.207	.072	.291	2.877	.005

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas maka dapat kita masukkan kedalam persamaan seperti berikut;

$$Y = 24.448 - 0.032X_1 + 0.101X_2 + 0.207X_3 + e$$

Dari persamaan regresi berganda diatas, dapat kita ambil kesimpulan sebagai berikut

a. Konstanta

Nilai konstanta (a) adalah 24.448 yang berarti nilai dependen (Y) ketika nilai X1 dan nilai X2 bernilai 0.

b. Promosi (X1)

Nilai koefisien variabel promosi (X1) adalah -0.032. nilai minus menunjukkan pengaruh negatif dalam artian apabila nilai X bertambah sebesar 1 unit maka nilai Y akan berkurang sebesar sebesar 0.032 unit.

c. Persepsi Pendidikan (X2)

Nilai koefisien variabel persepsi pendidikan (X2) adalah 0.101. Nilai positif menunjukkan pengaruh positif atau searah dalam artian apabila nilai X2 bertambah sebesar 1 unit maka nilai Y akan bertambah sebesar sebesar 0.101 unit.

d. Persepsi Lingkungan (X3)

Nilai koefisien variabel persepsi lingkungan (X3) adalah 0.207. Nilai positif menunjukkan pengaruh positif atau searah dalam artian apabila nilai X3 bertambah sebesar 1 unit maka nilai Y akan bertambah sebesar sebesar 0.207 unit.

4.7. Uji Hipotesis

4.7.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh masing – masing variabel independent terhadap variable dependent. Uji ini digunakan pada H1 , H2, dan H3. Adapun hasil uji parsial adalah sebagai berikut;

**Tabel 4.13 Uji t
Coefficients^a**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.448	4.968		4.921	.000
	X1	-.032	.114	-.027	-.278	.781
	X2	.101	.077	.133	1.310	.193
	X3	.207	.072	.291	2.877	.005

a. Dependent Variable: Y

a. Hipotesis 1

Hipotesis 1 (H1) menyatakan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat masuk kampus pada jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas teuku umar. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel X1 adalah sebesar 0.781 yang berarti lebih besar daripada nilai signifikansi 0.05. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat masuk kampus.

b. Hipotesis 2

Hipotesis 2 (H2) menyatakan bahwa variabel persepsi pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat masuk kampus pada jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas teuku umar. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel X2 adalah sebesar 0.193 yang berarti lebih besar daripada nilai signifikansi 0.05. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ha ditolak dan H0 diterima, variabel persepsi pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat masuk kampus.

c. Hipotesis 3

Hipotesis 2 (H2) menyatakan bahwa variabel persepsi lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat masuk kampus pada jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas teuku umar. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel X2 adalah sebesar 0.005 yang berarti lebih kecil daripada nilai signifikansi 0.05. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak, variabel persepsi lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat masuk kampus.

4.7.2. Uji Simultan (uji F)

Uji simultan bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen secara Bersama – sama terhadap variabel dependen. Uji ini digunakan untuk hipotesis 4. Hasil dari uji simultan F adalah sebagai berikut;

**Tabel 4.14 Uji Simultan F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143.203	3	47.734	4.839	.004 ^b
	Residual	946.987	96	9.864		
	Total	1090.190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

a. Hipotesis 4

Hipotesis 4 (H4) menyatakan bahwa variabel promosi, persepsi Pendidikan, dan persepsi lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat masuk kampus pada jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas teuku umar. Berdasarkan nilai uji simultan F diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi hitung adalah sebesar 0.004 yang lebih kecil daripada nilai 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak sehingga variable promosi, persepsi Pendidikan, dan persepsi lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat masuk kampus pada jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas teuku umar

Adapun ringkasan dari uji hipotesis diatas dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Tabel 4.15 Ringkasan Hasil uji Hipotesis

No	Hipotesis	Nilai Sig hitung	Kesimpulan
1	Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.	0.781	Negative tidak signifikan
2	Persepsi pendidikan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.	0.193	Positif tidak signifikan

3	persepsi lingkungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.	0.005	Positif dan signifikan
4	promosi, persepsi Pendidikan, dan persepsi lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.	0.004	Positif dan signifikan

4.8. Uji Determinasi

Uji Determinasi bertujuan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen penelitian. Analisis uji determinasi dilakukan dengan melihat nilai R square. Hasil uji determinasi penelitian ini adalah sebagai berikut;

**Tabel 4.16. Hasil Uji determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.362 ^a	.131	.104	3.141

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai r square penelitian adalah 0.131 yang berarti variabel independen penelitian hanya bisa menjelaskan variabel dependen sebanyak 13 persen sedangkan 87 persen lainnya dijelaskan oleh faktor – faktor lainnya.

4.9. Hasil dan Pembahasan

4.9.1. Pengaruh promosi terhadap minat masuk kampus

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang negatif tetapi tidak signifikan terhadap minat masuk kampus di jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar dengan nilai t hitung sebesar -0.278 dan tingkat signifikansinya 0.781. Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Kegiatan promosi bertujuan untuk meningkatkan *awareness* para calon pelanggan sehingga mereka tertarik untuk membeli atau menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Promosi yang menarik seharusnya akan mampu meningkatkan jumlah peminat dari produk dan jasa yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar tidaklah memiliki pengaruh yang signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Triyono et al (2021) yang menyatakan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus. Hal ini mengindikasikan bahwa selama ini promosi yang dilakukan oleh pihak kampus belum memberikan dampak signifikan terhadap minat masuk mahasiswa. Walaupun suatu promosi dilakukan dengan menarik dan dikemas dengan sebaik – baiknya, hal itu tidaklah cukup jika tidak disertai dengan Analisa pasar yang dituju. Pihak kampus harus meyakinkan bahwa target mahasiswa yang dituju sudahlah tepat. Misalkan saja, Kampus UTU adalah

kampus terbesar dan ternama di daerah Barat Selatan Aceh sehingga menjadikan kampus ini menjadi primadona dan cita – cita bagi Sebagian besar mahasiswa di sekitarnya, oleh karena itu apabila kampus hanya mempromosikan di daerah itu – itu saja ini menjadikannya tidak efektif karena nama besar kampus sudah tertanam kuat di masyarakat. Untuk itu pihak kampus haruslah berani untuk memperluas jangkauan promosinya untuk bisa mendapatkan mahasiswa yang berasal dari luar wilayah Barat-Selatan Aceh.

Hasil penelitian juga menunjukkan hasil negatif meskipun tidak signifikan. Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh. Promosi tidak selamanya menjamin peningkatan yang positif, terkadang promosi bisa juga menimbulkan dampak negatif terhadap penjualan suatu produk dan jasa. Hal ini bisa disebabkan jika promosi yang dilakukan tidak terstruktur dengan baik dan penyampaian yang tidak sesuai harapan konsumen, maka hal ini dapat mengakibatkan berkurangnya minat pelanggan dalam menggunakan suatu produk. Promosi seharusnya bertujuan untuk meningkatkan ekspektasi konsumen, tetapi jika tidak dilakukan dengan baik maka hal ini sebelumnya bisa menurunkan ekspektasi dari konsumen. Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar haruslah lebih giat dalam mempromosikan jurusannya dan tidak bergantung kepada kegiatan kampus ataupun Fakultas dalam melakukan promosi kepada calon mahasiswa baru.

4.9.2. Pengaruh persepsi Pendidikan terhadap Minat masuk Kampus

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap minat masuk kampus di jurusan manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar dengan nilai t hitung sebesar 1.310 dan tingkat signifikansinya 0.193.

Persepsi pendidikan muncul dari interaksi dengan lingkungan yang diasimilasi oleh orang lain dan alat indera, yang menjadi cara berpikir atau pandangan tentang pendidikan. Mahasiswa yang memiliki persepsi Pendidikan yang kuat akan mengetahui pentingnya melanjutkan Pendidikan yang lebih tinggi. Hal itu bisa dilihat dari bagaimana siswa berusaha mencari tahu tentang seluk beluk Pendidikan tinggi. Hasil dari kuesioner menunjukkan Sebagian besar mahasiswa menginginkan Pendidikan yang lebih tinggi tetapi di sisi lain mereka merasa ragu – ragu bahwa Pendidikan tinggi akan mampu membantu mereka dalam mensejahterakan hidup kedepannya. Persepsi Pendidikan dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masuk jurusan. Hal ini mengindikasikan masih banyak nya mahasiswa masih tidak memiliki pandangan yang jelas ketika memilih jurusan pada awal masuk kuliah. Kurangnya research yang mendalam tentang dasar dalam memilih jurusan menjadi salah satu penyebab kenapa mahasiswa kemudian merasa salah dalam memilih jurusan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2015) yang menyatakan persepsi Pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat melanjutkan Pendidikan tinggi. Hal ini bisa dicegah dengan cara mengintensifkan kembali sosialisasi pengenalan kampus kepada calon mahasiswa.

4.9.3. Pengaruh Persepsi Lingkungan Terhadap Minat Masuk Kampus

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masuk kampus di jurusan manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar dengan nilai t hitung sebesar 2.877 dan tingkat signifikansinya 0.005.

Persepsi lingkungan dalam penelitian ini adalah lingkungan teman sebaya yaitu lingkungan yang terdiri dari sekelompok orang yang bertemu dan berinteraksi, yang berusia relatif sama, memiliki minat yang sama dan telah membentuk dan mengikuti norma bersama. Lingkungan teman sebaya memiliki peran dalam perkembangan seseorang selain lingkungan keluarganya. Teman dapat mempengaruhi pembentukan kepribadian siswa, karena siswa lebih banyak menghabiskan waktu dengan teman di sekolah daripada dengan keluarga. Hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari persepsi lingkungan membuktikan bahwa masih tingginya pengaruh ajakan teman – teman dalam memilih jurusan. Mahasiswa cenderung lebih banyak bertanya kepada teman sendiri dibandingkan dengan melakukan riset mendalam dalam memilih jurusan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2015) dan penelitian Azka (2020) yang menyatakan bahwa persepsi lingkungan akan mempengaruhi minat siswa dalam melanjutkan studinya. Rasa untuk tetap melanjutkan pertemanan yang sudah terbentuk serta kurangnya pengetahuan yang mendalam tentang pemilihan jurusan ketika kuliah menjadi faktor kenapa lingkungan teman sebaya memberikan pengaruh besar terhadap minat masuk ke perguruan tinggi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di bab sebelumnya, kesimpulan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Variabel promosi memiliki pengaruh yang negatif tetapi tidak signifikan terhadap minat masuk kampus di jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
2. Variabel Persepsi Pendidikan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat masuk kampus di jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
3. Variabel Persepsi Lingkungan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat masuk kampus di jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
4. Variabel Promosi, Persepsi Pendidikan, dan Persepsi lingkungan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masuk kampus di jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
5. Uji determinasi menunjukkan variabel independen penelitian hanya bisa menjelaskan variabel dependen sebanyak 13 persen sedangkan 87 persen lainnya dijelaskan oleh faktor – faktor lainnya.

5.2. Saran

1. Hasil Promosi yang tidak signifikan mengindikasikan bahwa promosi yang selama ini dijalankan walaupun memiliki tanggapan yang bagus tetapi masih kurang berdampak terhadap minat masuk Kampus mahasiswa, untuk itu pihak kampus harus memperluas jangkauan promosi serta target mahasiswa yang tidak hanya terfokus di daerah Barat Selatan Aceh saja. Hal ini dikarenakan Universitas Teuku Umar sudah sangat terkenal di daerah Barat Selatan Aceh.
2. Persepsi Pendidikan menunjukkan hasil positif tetapi tidak signifikan terhadap minat masuk kampus mengindikasikan bahwa mahasiswa kebanyakan merasa pesimis prospek Pendidikan mereka terhadap kesejahteraan di masa depan. Untuk itu pihak Kampus harus sering mensosialisasikan peluang kerja serta mengajarkan soft skill kepada mahasiswa sehingga untuk kedepan mahasiswa tidak salah dalam memilih jurusan.
3. Persepsi lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masuk kampus mengindikasikan bahwa mahasiswa sangat bergantung kepada teman sebayanya dalam melanjutkan Pendidikan mereka. Untuk itu disarankan kepada pihak kampus untuk memperluas jangkauan informasi seputar kampus dan fasilitasnya sehingga mahasiswa bisa secara mandiri dan mudah dalam mengakses informasi sehingga nantinya mereka tidak hanya terpengaruh oleh pendapat kawannya saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Armstrong, Kotler (2015). “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*”. England : Pearson Education, Inc.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari, A., & Ratih, H. (2010). *Manajemen Corporate dan strategi pemasaran jasa pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Chaplin,J. P. (2011). *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Desiadi, E. (2016). PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL DAN PERSEPSI TENTANG PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN KE PERGURUAN TINGGI(Studi Pada Siswa Jenjang Pendidikan Menengah Yang Bertempat Tinggal Di Desa Sungai Loban Kecamatan Sungai Loban Kabupaten Tanah Bumbu). *SOCIUS (Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial*. Vol. 4(2)
- Febriani, D. (2015). *Pengaruh Persepsi Tentang Pendidikan, Lingkungan Teman Sebaya, Jenis Sekolah, Dan Status Sekolah Terhadap Minat Melanjutkan Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Jenjang Pendidikan Menengah Yang Bertempat Tinggal Di Desa Adiwerna Kecamatan Adiwerna Kabupaten Teg*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Handayani, O. D. (2021). Persepsi Orangtua terhadap Pelaksanaan Belajar dari Rumah pada Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(2).
- Hartono, A., & Sutopo. (2018). Pengaruh Pengetahuan Sikap dan Kondisi Lingkungan. *Jurnal Dinamika Vokasional Teknik Mesin* , 3(2).
- Kanada, R. (2019). Trend Promosi Perguruan Tinggi yang Ampuh dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru (Studi Kasus Perguruan Tinggi di Kota Palembang). *El-Idare: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 81-92.
- Kotler, P dan Kevin, L.K. .(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Manumanoso Prasetyo, M. A. (2018). Peranan Perilaku Organisasi dan Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Produktivitas Output Pendidikan. *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)*, 2(1), 80–101.
- Nahumury, M. A. I. (2022). Analisis Nilai Output Home Industri Kulit Buaya di Kota Merauke. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*. 13(1), 48–58.

- Proffitt, D., Baer, D. (2020). *Perception: How Our Bodies Shape Our Minds*. United States: St. Martin's Publishing Group.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Saryanto, T. (2013). Pengaruh Promosi dan Citra Program Studi Pendidikan Akuntansi terhadap Minat Masuk Program Studi Pendidikan Akuntansi pada Mahasiswa FKIP Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Electronic Theses and Dissertations Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–12. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/24431>
- Sarwono, Sarlito W. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Simbolon, M. (2008). Persepsi dan kepribadian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 52–66.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT.Afabeta.
- Sumarwan U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Swastha, Basu D. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta :BPFE.
- Terry, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen*, penerjemah J-Smith D.F.M. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Volkov, S., Denize, S. M., Armstrong, G. M., Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. Australia: Pearson Australia.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45.
- Zamroni. (2013) *Pendidikan Demokrasi Pada Masyarakat Multikultur*. Yogyakarta: PT. Ombak.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Instrumen Pengumpulan Data

Pengaruh Promosi dan Persepsi Terhadap Minat Masuk Kampus di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

Dengan Hormat,

Dalam rangka penulisan KTI Saya di Universitas Teuku Umar sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi, maka Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi Kuesioner ini. Jawaban Bapak/Ibu diharapkan objektif, artinya diisi apa adanya sesuai dengan kondisi yang Bapak/Ibu terima/rasakan. Oleh karena itu, data dan identitas Bapak/Ibu akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan mempengaruhi status Bapak/Ibu sebagai pegawai. Atas perhatian, pengertian dan kerja sama yang Bapak/Ibu berikan untuk pengisian kuisisioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Imam Ari Wahyudi
NIM:1705906020013

Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan atau pernyataan berikut ini dengan mengisi jawaban pada titik-titik yang telah disediakan atau dengan memberi tanda cek (√) pada kotak pilihan jawaban yang telah disediakan. Jawablah pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan sejujurnya. Kuesioner ini hanya dipergunakan untuk bahan peneliiian semata.

Identitas Respoden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
3. Umur : Tahun
4. Semester saat ini :

Keterangan Simbol	Kategori
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
KS	Kurang Setuju
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Promosi (X1)						
1	Pihak kampus membentuk tim promosi kampus ke sekolah.					
2	Biaya UKT yang ditawarkan lebih Murah dan sesuai kualitas					
3	Promosi melalui brosur/pamflet tampak bagus dan menarik					
4	Kampus melakukan kegiatan Expo/Bazaar/Festival Yang menarik					
5	Kampus Memiliki Video promosi yang menarik					
6	Media Sosial Kampus selalu update					
7	Hubungan Kampus dengan Masyarakat sangat baik					
Persepsi Pendidikan (X2)						
1	Melanjutkan Pendidikan ke jenjang s1 akan membantu saya mensejahterakan hidup					
2	Pendidikan tinggi mampu mengubah hidup saya kedepan					
3	Memiliki jenjang pendidikan yang tinggi merupakan cita – cita saya					
4	Pendidikan merupakan hal yang sangat penting dan tidak dapat lepas dari kehidupan					
5	Memiliki pendidikan yang tinggi membuat saya dihormati dan diterima di masyarakat					
6	Dengan memiliki pendidikan yang tinggi saya dapat dengan mudah untuk mencari pekerjaan					
7	Pendidikan dapat mengubah status sosial saya					
8	Pendidikan akan membangun sikap dan karakter saya menjadi lebih baik					
9	Saya memperoleh informasi pendidikan dengan bertanya kepada orang yang saya anggap tahu banyak mengenai pendidikan					
10	Saya mencari informasi tentang pendidikan melalui internet, media massa dan buku					
Persepsi Lingkungan (X3)						
1	Teman sebaya di lingkungan tempat tinggal menanyakan mengenai kelanjutan studi saya					
2	Teman sebaya di lingkungan sekolah mendukung saya untuk melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi					
3	Teman sebaya di lingkungan tempat tinggal selalu menanyakan perkembangan pelajaran – pelajaran saya di sekolah					
4	Saya dan teman sebaya di sekolah selalu bertukar informasi mengenai kelanjutan studi yang akan dilakukan setelah lulus dari jenjang pendidikan menengah					
5	Teman sebaya membantu saya dalam mencari					

	Perguruan Tinggi yang bagus untuk saya					
6	Teman sebaya di lingkungan sekolah mendukung cita – cita saya					
7	Saya mempunyai banyak teman sebaya di lingkungan tempat tinggal saya					
8	Saya akan lebih dihargai teman sebaya jika saya melanjutkan ke perguruan tinggi					
9	Saya diterima dengan baik oleh teman sebaya di lingkungan sekolah maupun tempat tinggal					
10	Jika saya mempunyai pendapat tentang sesuatu hal akan dihargai oleh teman sebaya					
	Minat Masuk Kampus (Y)					
1	Jurusan Manajemen FE merupakan pilihan utama saya dalam melanjutkan studi					
2	Saya memilih jurusan manajemen karena teman – teman saya juga memilihnya					
3	Saya memilih Manajemen FE UTU karena peminat yang Selalu meningkat.					
4	Saya memilih Jurusan Manajemen FE UTU karena keinginan sendiri					
5	Pilihan saya memilih Jurusan Manajemen direstui orang tua					
6	Saya memilih jurusan manajemen karena biaya UKT yang relatif murah					
7	Lulusan jurusan manajemen akan lebih mudah dalam melamar pekerjaan					
8	Jurusan Manajemen lebih bergengsi dan dikenal di masyarakat.					
9	Lulusan jurusan manajemen memiliki peluang karir yang lebih luas dibanding jurusan lainnya					

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Biodata Diri

Nama : Imam Ari Wahyudi
Tempat/TglLahir : Desa Jua,31 Juli 1999
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Desa Jua, Kecamatan Kluet Selatan, Kabupaten Aceh
Selatam
Status : Mahasiswa`
No.Hp : 082272312497
Email : imamariwahyudi99@gmail.com

Biodata Orang Tua

Ayah : Muchtadin
Ibu : Basnidar

Pendidikan Formal

2005-2011 : SD Negeri 2 Kedai Kandang
2011-2014 : SMP Negeri 1 Kluet Selatan
2014-2017 : SMA Negeri 1 Kluet Selatan
2017-2022 :Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar