

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel *E-WOM* (X) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan Memilih Program Studi (Y). Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai T-hitung (8,417) lebih besar dari T-tabel (1,987) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa *E-WOM* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Program Studi.

Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan respons yang positif terhadap variabel *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dalam hubungannya dengan keputusan pemilihan program studi. Temuan ini mengindikasikan bahwa penyebaran informasi secara elektronik dari mulut ke mulut memainkan peran signifikan dalam memengaruhi keputusan calon mahasiswa.

Nilai koefisien regresi sebesar 0,389 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *E-WOM* akan diikuti oleh peningkatan sebesar 0,389 satuan pada Keputusan Memilih Program Studi. Selain itu, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,233 menunjukkan adanya hubungan sebesar 23,3% antara variabel *E-WOM* dan Keputusan Memilih Program Studi. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,054 menunjukkan bahwa variabel *E-WOM* memberikan kontribusi sebesar 5% terhadap Keputusan Memilih Program

Studi, sementara sisanya sebesar 95% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung teori bahwa *E-WOM* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan seseorang dalam memilih suatu produk atau layanan. Dalam konteks penelitian ini, informasi yang didapatkan melalui *E-WOM* terbukti berperan dalam memengaruhi pilihan calon mahasiswa terhadap program studi yang diminati.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, beberapa saran dapat diajukan. Rekomendasi ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pihak-pihak terkait untuk mengambil tindakan yang lebih efektif dan strategis dalam mengatasi berbagai permasalahan yang ditemukan serta mendukung upaya peningkatan dan perbaikan di masa yang akan datang.

1. Bagi Pihak Sekolah, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang penting bagi pihak sekolah, khususnya dalam menyusun strategi pemasaran pendidikan yang lebih efektif. Dengan memahami bahwa *E-WOM* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih program studi, sekolah diharapkan dapat memanfaatkan *E-WOM* sebagai salah satu alat promosi yang lebih optimal. Sekolah perlu mengelola informasi yang tersebar melalui platform daring dengan baik, serta mendorong siswa dan alumni untuk memberikan ulasan positif mengenai sekolah dan program studi yang ada. Hal ini diharapkan dapat menarik calon siswa baru yang mencari informasi melalui internet atau media sosial.

2. Bagi Calon Mahasiswa, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas terkait bagaimana *E-WOM* memengaruhi keputusan mereka dalam memilih program studi. Calon mahasiswa dapat lebih selektif dan kritis dalam menerima informasi dari berbagai sumber, serta mempertimbangkan ulasan atau rekomendasi yang relevan dan terpercaya sebelum mengambil keputusan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk memperdalam kajian mengenai pengaruh *E-WOM* terhadap keputusan memilih program studi. Penelitian lebih lanjut dapat menambahkan variabel-variabel lain yang juga berperan dalam proses pengambilan keputusan, seperti motivasi, minat, atau persepsi kualitas program studi. Selain itu, metode penelitian yang lebih beragam dan cakupan responden yang lebih luas juga diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif.