BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Internet Marketing* yang berjalan pada Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Budi Luhur Cimahi saat ini telah digunakan untuk menarik minat calon mahasiswa dengan cukup baik, skor tertinggi pada indikator informasi, skor terendah pada indikator promosi. Penyebab dari skor terendah pada indikator promosi belum diteliti oleh penulis.
2. *Word of Mouth* yang berjalan pada Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Budi Luhur Cimahi saat ini telah digunakan untuk menarik minat calon mahasiswa dengan cukup baik, skor tertinggi pada indikator rekomendasi, skor terendah pada indikator cerita positif. Penyebab dari skor terendah pada indikator cerita positf belum diteliti oleh penulis.
3. Miinat pada Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Budi Luhur Cimahi tergolong cukup baik. Didasarkan perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan cukup baik. Total skor tertinggi pada indikator keterlibatan, total skor terendah pada indikator perhatian. Penyebab dari skor terendah pada indikator perhatian belum diteliti oleh penulis.
4. Secara simultan, *internet marketing* dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat calon mahasiswa baru dengan kontribusi

pengaruh yang diberikan sebesar 62,8%. Sisanya sebesar 37,2% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti seperti harga, *brand image*, kualitas pelayanan dan lain-lain. Secara parsial internet marketing berpengaruh terhadap minat sebesar 15,6% artinya semakin baik internet marketing maka semakin tinggi minat, begitu pula dengan word of mouth berpengaruh terhadap minat sebesar 47,2% artinya semakin baik *word of mouth* maka semakin tinggi minat. Secara parsial *word of mouth* mempunyai pengaruh lebih tinggi dibanding *internet marketing*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa saran sebagai berikut:

1. Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada *Internet Marketing*. Maka perlu dikajinya *Internet Marketing* terutama pada indikator promosi yang memperoleh skor terendah.
2. Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada *Word of Mouth*. Maka perlu dikajinya *Word of Mouth* terutama pada indikator cerita positif yang memperoleh skor terendah.
3. Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada Minat. Maka Perlu dikajinya Minat terutama pada indikator perhatian yang memperoleh skor terrendah.
4. Pengaruh *internet marketing* dan *word of mouth* terhadap minat calon mahasiswa baru pada STIKes Budi Luhur Cimahi bisa dibilang sudah

berjalan baik, pada kondisi ini seharusnya bisa dimanfaatkan oleh STIKes Budi Luhur untuk tetap memberikan kepercayaan kepada calon mahasiswa baru agar mendaftar pada STIKes Budi Luhur, dan STIKes Budi Luhur harus selalu meningkatkan dalam segi promosi, baik itu melalui *internet marketing* dan juga *word of mouth* untuk dapat menarik minat calon mahasiswa baru.