

Pengaruh *Education Fair*, *Social Media Advertisement* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Daftar Perguruan Tinggi Swasta Di Surakarta (Studi Kasus Siswa/Siswi Sma Dan Smk Di Soloraya)

Elida Zia'ul Huda¹, Agus Triatmono², Budi Istiyanto³
Program Studi Manajemen, STIE Wijaya Mulya Surakarta, STIE Surakarta

¹Email: elidaziaulhuda@gmail.com

²Email: agustri190167@gmail.com

³Email: budisties@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *education fair*, *social media advertisement* dan *word of mouth* terhadap minat daftar perguruan tinggi swasta di surakarta. Penelitian ini merupakan penelitian data primer dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang merupakan siswa/siswi SMA dan SMK di Soloraya. Teknik analisis data menggunakan SPSS. Metode Analisis Data: (1) Uji instrumen penelitian yaitu Uji validitas dan reliabilitas, (2) Uji hipotesis yaitu uji regresi linier berganda, uji T dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *education fair*, *social media advertisement* dan *word of mouth* berpengaruh positif terhadap minat daftar perguruan tinggi swasta.

Kata kunci: *education fair*, *social media advertisement*, *word of mouth* dan minat daftar

Abstract

The aim of this research is to determine the influence of education fairs, social media advertisements and word of mouth on interest in registering for private universities in Surakarta. This research is primary data research using a questionnaire. The total sample was 100 respondents who were high school and vocational school students in Soloraya. Data analysis techniques use SPSS. Data Analysis Method: (1) Research instrument test, namely validity and reliability test, (2) Hypothesis testing, namely multiple linear regression test, T test and F test. The research results show that education fairs, social media advertisements and word of mouth have a positive effect on interest in registering for private universities.

Keywords: *education fair, social media advertisement, word of mouth and interest in registering*

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi telah berkembang dengan sangat pesat, baik dari segi kualitas maupun dari jumlah perguruan tinggi saat ini. Akan ada persaingan di antara perguruan tinggi saat ini karena situasi seperti ini. bersaing untuk mendapatkan simpati dari siswa SMA dan SMK untuk melanjutkan pendidikan tinggi di kampus terbaik.

Memilih perguruan tinggi seperti menabung atau berinvestasi, dimana hal itu harus menghasilkan keuntungan bagi pelanggannya setelah lulus dari institusi pendidikan tinggi. Belajar di perguruan tinggi menghabiskan banyak waktu dan membutuhkan banyak biaya. Oleh karena itu, setiap orang yang ingin melanjutkan pendidikan harus memiliki strategi untuk memilih perguruan tinggi yang bagus (Dharmawansyah et al.).

Menurut observasi di lapangan, tim promosi telah menggunakan beberapa pendekatan untuk mempromosikan konten mereka. Ini termasuk memposting konten dan iklan di media sosial, memberikan presentasi di institusi pendidikan, dan mengikuti acara expo pendidikan. Perguruan tinggi swasta di Kota Surakarta juga harus menjalin hubungan yang baik dengan berbagai lapisan masyarakat, terutama siswa SMA dan SMK yang baru masuk. Komunikasi dengan siswa SMA dan SMK ini dilakukan untuk memberikan informasi yang jelas kepada siswa tentang perguruan tinggi swasta dan kegiatan promosi. Karena itu, promosi

harus dilakukan untuk memberi masyarakat dan calon mahasiswa baru di seluruh Soloraya kesempatan untuk lebih mengenal kampus swasta yang ada di Kota Surakarta.

TEORI

Minat Daftar

Guilford (dalam Sulistiono, Yulia, Mumuh, 2019) mengatakan bahwa "minat adalah kecenderungan tingkah laku umum seseorang untuk tertarik kepada sekelompok hal tertentu." Sementara Schiefele (dalam Nurhasanah, Sobandi, 2016:3) mengatakan bahwa "minat adalah suatu rasa lebih suka, rasa ketertarikan, perhatian, fokus, ketekunan, usaha pengetahuan, keterampilan, motivasi, pengatur perilaku, dan hasil interaksi seseorang atau individu dengan konten.

Education Fair

Salah satu metode bimbingan karier adalah pameran pendidikan, juga dikenal sebagai campus fair, di mana sekolah mengundang berbagai lembaga atau perguruan tinggi untuk memberikan informasi tentang pengembangan karir seperti syarat pendaftaran, jalur masuk, program, dan prospek lulusan. Perwakilan lembaga dapat dihubungi secara langsung oleh siswa dan siswi jika mereka ingin tahu apa yang belum diketahui tentang lembaga tersebut. Selain itu, siswa dapat memilih berdasarkan apa yang mereka sukai.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Isfa Kaharmudzakir pada tahun 2020 menunjukkan bahwa kegiatan pameran pendidikan belum cukup menarik minat siswa SMA untuk bergabung dengan perguruan tinggi swasta. Oleh karena itu, untuk menarik lebih banyak calon mahasiswa, perlu ada peningkatan atau perubahan terutama pada program beasiswa. Kerjasama dengan berbagai pihak juga harus diperluas.

H¹ : *Education Fair* berpengaruh terhadap minat daftar

Social Media Advertisement

Perilaku konsumen berubah dan peluang pemasaran baru muncul dari kemajuan teknologi yang terus berkembang, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan kemampuan smartphone, tablet, dan laptop untuk mengakses Internet. Selain itu, sangat penting untuk mempertimbangkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk memastikan bahwa iklan yang disampaikan dapat dipahami oleh masyarakat umum dan menarik perhatian banyak pelanggan (Santoso & Larasati, 2019).

Arum Wahyuni Purbohastuti (2017) menyatakan bahwa promosi yang menggunakan media sosial dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, dan telepon seluler selalu tersedia. Bisa memperluas pangsa pasar dengan promosi gratis. Jadi, promosi di media sosial sangat efektif untuk siswa SMA dan SMK. Iklan di media sosial belum mempengaruhi minat siswa SMA untuk kuliah, jadi konten digital harus menarik dan unik, menurut Isfa Kaharmudzakir (2020).

H² : *Social media advertisement* berpengaruh terhadap minat daftar

Word Of Mouth

WOM sangat penting dalam pemasaran jasa karena pembelian jasa membutuhkan rekomendasi dari pengguna sebelumnya (Jalilvand, Salimipour, Elyasi, & Mohammadi, 2017). Menurut Sernovitz (Joesyiana, 2018), indikator WOM terdiri dari:

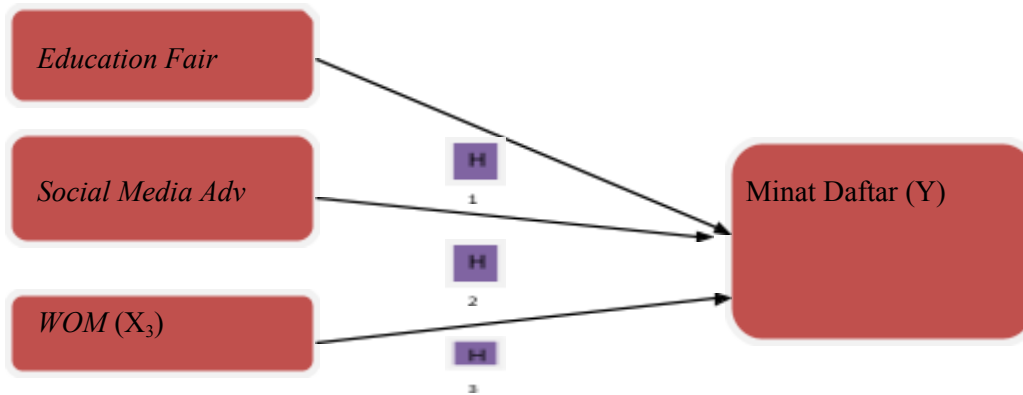
- a) *Talkers* (Pembicara) adalah kumpulan pembicara yang ditargetkan untuk WOM
- b) *Topics* (Topik) berkaitan dengan topik WOM yang dibicarakan
- c) *Tools* (Alat) berkaitan dengan alat yang digunakan untuk mengkomunikasikan topik WOM
- d) *Talking Part* (Partisipasi) adalah pembicaraan yang berlanjut dari satu pembicara ke pembicara lain.

Isfa Kaharmudzakir (2020) , WOM menjadi motivasi utama siswa SMA dan SMK untuk mendaftar di perguruan tinggi swasta.

H³ : WOM memiliki pengaruh positif terhadap minat daftar

Kerangka Pemikiran

Hubungan antara variabel-variabel tersebut dapat ditunjukkan pada gambar berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Menggunakan kuesioner, penelitian ini adalah penelitian data primer. Ada 100 responden dari siswa SMK dan SMA di Soloraya. Analisis data dilakukan dengan SPSS. Metode analisis termasuk (1) uji instrumen penelitian, yang mencakup validitas dan reliabilitas; (2) uji hipotesis, yang mencakup uji regresi linier berganda, T, F, dan R².

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Penelitian
 - a. Uji Validitas

Sebuah survei dianggap valid (sah) ketika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji ini menggunakan program computer *SPSS 21* dengan membandingkan Nilai Sig. (2-tailed) dengan Probabilitas 0,05.

1. Jika nilai Sig. (2-tailed) dan Pearson Correlation bernilai positif, maka item soal angket tersebut valid.
2. Jika nilai sig. (2-tailed) < 0,05 dan Pearson Correlation bernilai negative, maka item soal angket tersebut tidak valid.
3. 3. Jika nilai sig. (2-tailed) > 0,05, maka item soal angket tersebut tidak valid.

Hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut :

- 1) Validitas item pertanyaan item _ 1 untuk variabel education fair (X₁)
 Variabel education fair terdiri dari 3 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | Correlations | | | |
|----|---------------------|--------------|---------|--------|--------|
| | | P1 | P2 | P3 | TOTAL |
| P1 | Pearson Correlation | 1 | 1,000** | ,823** | ,978** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 |

| | | | | | |
|-------|---------------------|---------|--------|--------|--------|
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | 1,000** | 1 | ,823** | ,978** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,823** | ,823** | 1 | ,924** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TOTAL | Pearson Correlation | ,978** | ,978** | ,924** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_1 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,978, maka dapat disimpulkan bahwa item_1 adalah valid.

- 2) Validitas item_2 untuk variabel education fair (X_1)
Variabel education fair terdiri dari 3 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | P1 | P2 | P3 | TOTAL |
|-------|---------------------|---------|---------|--------|--------|
| P1 | Pearson Correlation | 1 | 1,000** | ,823** | ,978** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | 1,000** | 1 | ,823** | ,978** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,823** | ,823** | 1 | ,924** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TOTAL | Pearson Correlation | ,978** | ,978** | ,924** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_2 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,978, maka dapat disimpulkan bahwa item_2 adalah valid.

- 3) Validitas item_3 untuk variabel education fair (X_1)
Variabel education fair terdiri dari 3 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | P1 | P2 | P3 | TOTAL |
|----|---------------------|----|---------|--------|--------|
| P1 | Pearson Correlation | 1 | 1,000** | ,823** | ,978** |

| | | | | | |
|-------|---------------------|---------|--------|--------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | 1,000** | 1 | ,823** | ,978** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,823** | ,823** | 1 | ,924** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TOTAL | Pearson Correlation | ,978** | ,978** | ,924** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_3 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,924, maka dapat disimpulkan bahwa item_3 adalah valid.

- Validitas item_1 untuk variabel social media adv (X_2)
Variabel social media adv terdiri dari 2 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

Correlations

| | | P1 | P2 | TOTAL |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,972** | ,994** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | ,972** | 1 | ,993** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| TOTAL | Pearson Correlation | ,994** | ,993** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_1 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,994, maka dapat disimpulkan bahwa item_1 adalah valid.

- Validitas item_2 untuk variabel social media adv (X_2)
Variabel social media adv terdiri dari 2 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

Correlations

| | | P1 | P2 | TOTAL |
|----|---------------------|--------|--------|--------|
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,972** | ,994** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | ,972** | 1 | ,993** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |

| | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|-----|
| TOTAL | Pearson Correlation | ,994** | ,993** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_2 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,993, maka dapat disimpulkan bahwa item_2 adalah valid.

1) Validitas item_1 untuk variabel WOM (X_3)

Variabel WOM terdiri dari 4 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | Correlations | | | | |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | P1 | P2 | P3 | P4 | Y |
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,855** | ,917** | ,883** | ,971** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | ,855** | 1 | ,813** | ,792** | ,915** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,917** | ,813** | 1 | ,832** | ,948** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P4 | Pearson Correlation | ,883** | ,792** | ,832** | 1 | ,932** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y | Pearson Correlation | ,971** | ,915** | ,948** | ,932** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_1 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,971, maka dapat disimpulkan bahwa item_1 adalah valid.

2) Validitas item_2 untuk variabel WOM (X_3)

Variabel WOM terdiri dari 4 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | Correlations | | | | |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | P1 | P2 | P3 | P4 | Y |
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,855** | ,917** | ,883** | ,971** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | ,855** | 1 | ,813** | ,792** | ,915** |
| | Sig. (2-tailed) | | | | | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,917** | ,813** | 1 | ,832** | ,948** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P4 | Pearson Correlation | ,883** | ,792** | ,832** | 1 | ,932** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y | Pearson Correlation | ,971** | ,915** | ,948** | ,932** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_2 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,915, maka dapat disimpulkan bahwa item_2 adalah valid.

3) Validitas item_3 untuk variabel WOM (X_3)

Variabel WOM terdiri dari 4 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | Correlations | | | | |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | P1 | P2 | P3 | P4 | Y |
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,855** | ,917** | ,883** | ,971** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | ,855** | 1 | ,813** | ,792** | ,915** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,917** | ,813** | 1 | ,832** | ,948** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P4 | Pearson Correlation | ,883** | ,792** | ,832** | 1 | ,932** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y | Pearson Correlation | ,971** | ,915** | ,948** | ,932** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_3 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,948, maka dapat disimpulkan bahwa item_3 adalah valid.

4) Validitas item_4 untuk variabel WOM (X_3)

Variabel WOM terdiri dari 4 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | Correlations | | | | |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | P1 | P2 | P3 | P4 | Y |
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,855** | ,917** | ,883** | ,971** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | ,855** | 1 | ,813** | ,792** | ,915** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,917** | ,813** | 1 | ,832** | ,948** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P4 | Pearson Correlation | ,883** | ,792** | ,832** | 1 | ,932** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y | Pearson Correlation | ,971** | ,915** | ,948** | ,932** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_4 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,932, maka dapat disimpulkan bahwa item_4 adalah valid.

1) Validitas item_1 untuk variabel Minat daftar (Y)

Variabel Minat daftar terdiri dari 4 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | Correlations | | | | |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | P1 | P2 | P3 | P4 | Y |
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,683** | ,827** | ,685** | ,884** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | ,683** | 1 | ,795** | ,791** | ,899** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,827** | ,795** | 1 | ,784** | ,942** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P4 | Pearson Correlation | ,685** | ,791** | ,784** | 1 | ,898** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y | Pearson Correlation | ,884** | ,899** | ,942** | ,898** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_1 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,884, maka dapat disimpulkan bahwa item_1 adalah valid.

1) Validitas item_2 untuk variabel Minat daftar (Y)

Variabel Minat daftar terdiri dari 4 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | Correlations | | | | |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | P1 | P2 | P3 | P4 | Y |
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,683** | ,827** | ,685** | ,884** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | ,683** | 1 | ,795** | ,791** | ,899** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,827** | ,795** | 1 | ,784** | ,942** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P4 | Pearson Correlation | ,685** | ,791** | ,784** | 1 | ,898** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y | Pearson Correlation | ,884** | ,899** | ,942** | ,898** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_2 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,889, maka dapat disimpulkan bahwa item_2 adalah valid.

1) Validitas item_3 untuk variabel Minat daftar (Y)

Variabel Minat daftar terdiri dari 4 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | Correlations | | | | |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | P1 | P2 | P3 | P4 | Y |
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,683** | ,827** | ,685** | ,884** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | ,683** | 1 | ,795** | ,791** | ,899** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,827** | ,795** | 1 | ,784** | ,942** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P4 | Pearson Correlation | ,685** | ,791** | ,784** | 1 | ,898** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y | Pearson Correlation | ,884** | ,899** | ,942** | ,898** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |

| | | | | | |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “*correlations*” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_3 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,942, maka dapat disimpulkan bahwa item_3 adalah valid.

1) Validitas item_4 untuk variabel Minat daftar (Y)

Variabel Minat daftar terdiri dari 4 item pertanyaan dan didapatkan hasil pada tabel dibawah ini.

| | | Correlations | | | | |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | P1 | P2 | P3 | P4 | Y |
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,683** | ,827** | ,685** | ,884** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P2 | Pearson Correlation | ,683** | 1 | ,795** | ,791** | ,899** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P3 | Pearson Correlation | ,827** | ,795** | 1 | ,784** | ,942** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P4 | Pearson Correlation | ,685** | ,791** | ,784** | 1 | ,898** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y | Pearson Correlation | ,884** | ,899** | ,942** | ,898** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output “*correlations*” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item_4 dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yakni sebesar 0,898, maka dapat disimpulkan bahwa item_4 adalah valid.

2. Uji Instrumen Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* (handal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner tersebut adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Cara untuk menentukan kehandalan suatu pertanyaan digunakan program komputer *SPSS 21*, hingga diperoleh nilai *cronbach alpha* untuk tiap variabel penelitian.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut :

1. Hasil uji reliabilitas untuk variabel education fair (X_1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,879 | 4 |

Dari table output di atas diketahui nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,879. Karena nilai Cronbach's Alpha $0,879 > 0,60$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan angket adalah reliable atau konsisten.

2. Hasil uji reliabilitas untuk variabel social media adv (X_2)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,935 | 3 |

Dari table output di atas diketahui nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,935. Karena nilai Cronbach's Alpha $0,935 > 0,60$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan angket adalah reliable atau konsisten.

3. Hasil uji reliabilitas untuk variabel WOM (X_3)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,849 | 5 |

Dari table output di atas diketahui nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,849. Karena nilai Cronbach's Alpha $0,849 > 0,60$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan angket adalah reliable atau konsisten.

4. Hasil uji reliabilitas untuk variabel Minat daftar (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,842 | 5 |

Dari table output di atas diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,849. Karena nilai Cronbach's Alpha $0,849 > 0,60$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan angket adalah reliable atau konsisten.

a. Uji t

Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Hasil uji t adalah sebagai berikut :

Tabel 17
Uji t

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2,029 | 1,070 | | 1,895 | ,061 |
| | Edu Fair | ,251 | ,068 | ,231 | 3,681 | ,000 |
| | Sosmed Adv | ,344 | ,105 | ,255 | 3,289 | ,001 |
| | WOM | ,475 | ,067 | ,555 | 7,143 | ,000 |

a. Dependent Variable: Minat Masuk PTS

- 1) Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $3,681 > 2,008$ dan nilai signifikansinya (Sig.) $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H1 diterima, yang artinya education fair berpengaruh terhadap minat daftar.
- 2) Hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $3,289 > 2,008$ dan nilai signifikansinya (Sig.) $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H2 diterima, yang artinya social media adv berpengaruh terhadap minat daftar.
- 3) Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $7,143 > 2,008$ dan nilai signifikansinya (Sig.) $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H3 diterima, yang artinya WOM berpengaruh terhadap minat daftar.

a. Uji F

Uji ketepatan model (uji F / *overall test*) digunakan untuk melakukan pengujian signifikansi semua variabel bebas secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika hasil yang didapat dari pengujian tersebut nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil uji ketepatan model (uji F/*overall test*) adalah sebagai berikut :

Tabel 18
Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 218,057 | 3 | 72,686 | 53,436 | ,000 ^b |
| | Residual | 130,583 | 96 | 1,360 | | |
| | Total | 348,640 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Minat Masuk PTS

b. Predictors: (Constant), WOM, Edu Fair, Sosmed Adv

Berdasarkan tabel anova diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 53,436 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 masih dibawah nilai $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti variabel education fair, social media adv dan WOM secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat daftar perguruan tinggi swasta di Surakarta.

A. Pembahasan Hasil Analisis

Hasil analisis terhadap siswa SMA dan SMK menunjukkan bahwa rekomendasi orang terdekat atau WOM masih menempati posisi teratas. Ini disebabkan oleh fakta bahwa individu yang membuat saran telah menunjukkan secara langsung hasil yang dihasilkan jika mereka kuliah di perguruan tinggi swasta yang terletak di Kota Surakarta. Siswa SMA dan SMK umumnya masih bingung tentang jurusan apa yang akan mereka pilih untuk kuliah nanti. Siswa SMA dan SMK akan lebih mengambil informasi tentang perguruan tinggi dari orang yang dikenal daripada dari berbagai informasi yang beredar di media sosial dan pameran pendidikan.

Isfa Kaharmudzakir (2020) menyatakan bahwa WOM adalah motivasi utama siswa dan siswi SMA dan SMK untuk mendaftar di perguruan tinggi swasta. Iklan di media sosial belum mempengaruhi minat siswa SMA untuk kuliah, jadi konten digital harus menarik dan unik, menurut Isfa Kaharmudzakir (2020). Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Isfa Kaharmudzakir pada tahun 2020 menunjukkan bahwa kegiatan pameran pendidikan belum cukup menarik minat siswa SMA untuk bergabung dengan perguruan tinggi swasta. Oleh karena itu, untuk menarik lebih banyak calon mahasiswa, perlu ada peningkatan atau perubahan terutama pada program beasiswa. Kerjasama dengan berbagai pihak juga harus diperluas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis di atas, alasan utama siswa SMA dan SMK untuk mendaftar di perguruan tinggi swasta di Kota Surakarta tidak terdiri dari pameran di sekolah (juga dikenal sebagai pameran pendidikan) atau iklan digital di media sosial. Siswa SMA dan SMK utamanya mendaftar ke kuliah berdasarkan WOM atau rekomendasi orang lain.
2. Iklan di media sosial, atau iklan digital di media sosial, belum memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan siswa SMA dan SMK untuk melanjutkan pendidikan mereka. Iklan digital harus unik dan menarik agar iklan di media sosial tidak mengganggu.
3. Pameran pendidikan belum menarik minat siswa SMA dan SMK untuk kuliah. Oleh karena itu, program kuliah harus ditingkatkan atau diubah untuk lebih menarik minat calon mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmawansyah, S., Cangara, H., & Sultan, M. I. (2014). *MAHASISWA PADA POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF*. 3(4).
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., Hellyani, C. A., & Malang, K. (2023). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP*. 1(3), 92–101.
- Jalilvand, M. R., Salimpour, S., Elyasi, M., & Mohammadi, M. (2017). Factors influencing word of mouth behaviour in the restaurant industry. *Marketing Intelligence and Planning*, 35(1), 81–110. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2016-0024>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Kaharmudzakir, I., Yulianti, K., & Tagor, R. A. (n.d.). *EFEKTIFITAS EDUCATION FAIR DAN IKLAN MEDIA SOSIAL PERGURUAN TINGGI TERHADAP MINAT CALON MAHASISWA BARU* *The Effectiveness of Education Fair and Social Media Advertisements on The Interest of New Prospective Students dan Madrasah Aliyah bahkan paket “ C ” untuk meneruskan jenjang pendidikan tinggi di kampus terbaik . menabung , yaitu berinvestasi . Dimana hal tersebut harus membawa manfaat dan keuntungan bagi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi memiliki empat konsentrasi , yaitu : Public Relations , Broadcasting , Advertising dan Business Communication . Sedangkan Sekolah Tinggi Desain InterStudi memiliki empat jurusan , yaitu : Desain Komunikasi Visual , Desain Multimedia , Desain Interior dan Desain Busana . Serta Akademi sekretari . belum menjadi pilihan utama para siswa lulusan SMA , SMK atau Madrasah Aliyah . Hal ini di ketahui dari jumlah calon mahasiswa peserta tes seleksi calon mahasiswa InterStudi . Peserta tes seleksi lebih pada bulan Januari – Juli jumlah peserta tes seleksi lebih sedikit . iklan di media cetak nasional , iklan di televisi , memposting konten ataupun iklan di media sosial , . 197–207.*
- Niat, T., Produk, B., Restoran, D. I., & Food, F. (2022). *Pengaruh social media marketing dan brand awareness terhadap niat beli produk di restoran fast food*. 10, 1098–1108.
- Putu, N., Pratami, N., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2023). *Pengaruh Word of Mouth dan World Class University terhadap Pemilihan Perguruan Tinggi*. 14(1), 43–54.
- Sari, F. P. (2022). *Education Fair : Layanan Bimbingan Karier dalam Perencanaan Studi Lanjut Siswa di Tumbuh High School*. 2(3), 391–406.
- Sulistiono, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Nurendah, Y., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Mulyana, M. (2019). *Mengukur Minat Studi Siswa SMA dan SMK Di Kota Bogor Pada Program Studi Kewirausahaan*. August. <https://doi.org/10.36339/jaspt.v3i1.208>
- Taan, H., Radji, D. L., & Rasjid, H. (2021). *SEIKO : Journal of Management & Business Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image Abstrak*. 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>