

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Hasil interpretasi yang diperoleh dari variabel X strategi bauran promosi termasuk ke dalam kategori jawaban responden tergolong dalam kriteria sangat tinggi dengan nilai rata-rata 5,92 yang artinya persepsi responden pada setiap indikator dalam variabel strategi bauran promosi di MAN 2 Kota Serang tergolong sangat baik. Rata-rata skor tertinggi terdapat pada indikator publisitas pada pernyataan kedua "*Saya pernah membaca atau mendengar berita positif tentang MAN 2 Kota Serang di media massa*" yang memiliki nilai rata-rata sebesar 6,20, sedangkan untuk rata-rata skor terendah terdapat pada indikator penjualan perseorangan pada pernyataan pertama yaitu "*Saya pernah mendapatkan informasi langsung dari guru atau staf MAN 2 Kota Serang saat promosi ke sekolah saya*" dengan skor rata-rata sebesar 5,60.
2. Hasil interpretasi yang diperoleh pada variabel Y minat pendaftaran peserta didik baru yang memiliki 4 indikator yaitu perhatian,

ketertarikan, keinginan, dan tindakan. Penilaian variabel dilakukan melalui 15 pernyataan dalam kuesioner. Pada variabel minat pendaftaran peserta didik baru menunjukkan bahwa kategori jawaban responden tergolong dalam kriteria sangat tinggi dengan nilai rata-rata 6,11 yang artinya persepsi responden pada setiap indikator dalam variabel minat pendaftaran peserta didik baru di MAN 2 Kota Serang tergolong sangat baik. Rata-rata skor tertinggi terdapat pada indikator tindakan pada pernyataan pertama "*Saya mengisi formulir pendaftaran MAN 2 Kota Serang tanpa paksaan dari siapapun*" yang memiliki nilai rata-rata sebesar 6,39, sedangkan untuk rata-rata skor terendah terdapat pada indikator perhatian pada pernyataan kedua yaitu "*Informasi promosi dari sekolah membuat saya memperhatikan MAN 2 Kota Serang*" dengan skor rata-rata sebesar 5,82.

3. Berdasarkan hasil analisis, terlihat bahwa nilai **R Square** sebesar **0,564**, atau setara dengan **56,4%**. Angka ini mengindikasikan bahwa strategi bauran promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap **minat pendaftaran peserta didik baru** di MAN 2 Kota Serang. Dengan kata lain, lebih dari setengah variasi dalam minat calon peserta didik dapat dijelaskan oleh variabel strategi bauran promosi yang diterapkan. Namun demikian, masih

terdapat **43,6%** faktor lain yang memengaruhi minat pendaftaran dan belum terungkap dalam penelitian ini. Temuan ini memperkuat pentingnya strategi bauran promosi sebagai salah satu faktor utama dalam menarik minat siswa baru, namun juga menegaskan perlunya kajian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang berperan dalam proses pengambilan keputusan calon peserta didik.

## **B. Saran**

Dengan adanya pengaruh antara strategi bauran promosi terhadap minat pendaftaran peserta didik baru di MAN 2 Kota Serang sebagai lokasi penelitian maka diharapkan:

1. Agar strategi bauran promosi ditingkatkan dan dipertahankan, maka setiap penyelenggara penerimaan peserta didik baru meningkatkan kompetensi pada bidang pemasaran jasa pendidikan, dan mempertahankan aspek-aspek yang sudah dimiliki khususnya pada bidang bauran promosi dan diterapkan pada proses penerimaan peserta didik baru.
2. Madrasah harus memberikan motivasi dan apresiasi kepada pegawai dan penyelenggara penerimaan peserta didik baru terhadap perolehan hasil yang telah dikerjakan.
3. Penyelenggara penerimaan peserta didik baru dan pihak madrasah agar senantiasa mempertahankan dan meningkatkan pelayanan,

serta aspek lain yang memiliki kontribusi terhadap strategi bauran promosi dan minat pendaftaran peserta didik baru di MAN 2 Kota Serang