

## DAFTAR PUSTAKA

- Amini & Aisah. (2020). *PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*.
- Anggraini & Tria. (2017). *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam*.
- Aryani, M. (2022). Analisis Efektivitas Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Pada Rinjani Hill Hotel di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 9(2), 19–26.
- Asmuni. (2020). Problematika Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19 dan Solusi Pemecahannya. *Jurnal Paedagogy*, 7(4), 281–288.
- Azis, S. (2017). Efektifitas Promosi Terhadap Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Pada Universitas Al Asyariah Mandar. *Pepatudzu: Media Pendidikan Dan Sosial Kemasyarakatan*, 5(1), 85–102.
- Cahyono. (2016). *PENGARUH METODE PEMBELAJARAN KOOPERATIVE TIPE JIGSAW DENGAN MEDIA POWER POINT TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA MATERI PELUANG KELAS X MAN 2 TULUNGAGUNG SEMESTER GENAP TAHUN 2015/2016*.
- Diyoto & Sodik. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (Ayup, Ed.). Literasi Media Publishing.
- Faizin & Imam. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Madaniyah*, 7(2), 261–283.
- Firdaus & Sutrisna. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong PT. Efa Artha Utama).

*Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(1), 1–12.

Firmansyah. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.

Fuadi, D. (2012). EFEKTIFITAS PENGGUNAN MEDIA DALAM MERAH CALON MAHASISWA BARU: STUDI KASUS PADA LIMA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI SURAKARTA. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 22(2), 144–162.

Hendramawan. (2016). *EFEKTIVITAS MEDIA CENTER DALAM MEMBERIKAN PENANGANAN KELUHAN DI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA SURABAYA*.

Herdiansyah. (2022). *STATISTIKA PARAMETRIK UNTUK RISET KORELASIONAL DAN KASUAL KOMPARATIF*. President University Lembaga Riset dan Pengabdian Masyarakat.

Illanisa, Z., & Suwarna, A. (2019). PENGARUH DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN SEKOLAH DASAR ISLAM BINAR INDONESIA BANDUNG. *Jurnal SEMAR: Sain Ekonomi Manajemen & Akuntansi Rivi*, 1(3), 16–25.

Istiana, F., & Riyanto, S. (2019). Efektivitas Bauran Komunikasi Pemasaran Taman Wisata Alam Pananjung, Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 109–125.

Matondang & Zulkifli. (2009). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS SUATU INSTRUMEN PENELITIAN*.

Meidiawati, K. T. (2016). PENGARUH SIZE, GROWTH, PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(2).

- Muhammad & Ulin Nuha. (2022). *STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI MTs MINAT KESUGIHAN CILACAP*.
- Muslim. (2018). VARIAN-VARIAN PARADIGMA, PENDEKATAN, METODE, DAN JENIS PENELITIAN DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 1(10).
- Nabilla, T. A. (2021). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA DIVA KARAOKE RUMAH BERNYANYI DI KOTA TIMIKA. *JURNAL KRITIS (Kebijakan, Riset, Dan Inovasi)*, 5(2), 21–40.
- Nasruddin. (2021). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA DI PT. HADJI KALLA CABANG PALOPO. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(2), 19–27.
- Ningrum & Wahyu. (2016). Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. *Al Tijarah*, 2(2), 230–257.
- Nisa, L. Q. S. (2018). *STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN OFFLINE | Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*.
- Oscar. (2013). *IMPLEMENTASI ALGORITMA K-MEANS CLUSTERING UNTUK MENENTUKAN STRATEGI MARKETING PRESIDENT UNIVERSITY*.
- Purwandari. (2013). *PENERAPAN MODEL PEMBELAJARAN KOOPERATIF TIPE BERKIRIM SALAM DAN SOAL UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN MEMBACA INTENSIF SISWA: Penelitian Tindakan Kelas Tentang Membaca Intensif Kelas IV Semester 2 SD Negeri Nagasari III Kecamatan Nagasari Kabupaten Karawang*.
- Rahmawati & Suryadi. (2019). Guru sebagai fasilitator dan efektivitas belajar siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 4(1), 49–54.

- Ridha. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Rosalina. (2014). EFEKTIVITAS PROGRAM NASIONAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MANDIRI PERKOTAAN PADA KELOMPOK PINJAMAN BERGULIR DI DSA MANTREN KECAMATAN KARANGREJO KABUPATEN MAGETAN. *Publika*, 2(2).
- Samsul, F. (2020). *STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA HOME INDUSTRY IWAN BUBUT DI BADAMITA RAKIT KABUPATEN BANJARNEGARA*.
- Sianturi. (2022). Uji homogenitas sebagai syarat pengujian analisis. *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama*, 8(1), 386–397.
- Silalahi. (2009). *Metode penelitian sosial* (Aep Gunarsa, Ed.). Bandung: Refika Aditama, 2009.
- Susilawati, H. A. N. L. (2023). Perbandingan Strategi Pemasaran Online Dan Offline di Era Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1080–1083.
- Swarjana. (2022). *POPULASI-SAMPEL, TEKNIK SAMPLING & BIAS DALAM PENELITIAN* (Erang Risanto, Ed.). Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Trisnawati & Euis. (2016). *EFEKTIFITAS PROGRAM REHABILITASI SOSIAL DI BALAI PEMULIHAN DAN PENGEMBANGAN SOSIAL (BP2S)*. <http://ane.fisip-untirta.ac.id/>
- Ulyah & Nadrotul. (2016). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT. BHIRAWA STEEL*.

Wibowo, A. S. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 29(1)*.

Yanti, I. & D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 1(1)*, 1–13.

Yusup & Febrianawati. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan, 7(1)*, 17–23.

# LAMPIRAN

## • Lampiran Skala Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

swarafa28@gmail.com Switch account  
Not shared

\* Indicates required question

#### KUESIONER PENELITIAN

Pilihlah 1 jawaban dari 5 lingkaran yang tersedia.

Menurut saya strategi marketing dengan mendatangi langsung perusahaan adalah strategi yang paling efektif \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Jika universitas menggunakan pendekatan dengan cara mendatangi perusahaan dalam mendapatkan mahasiswa baru menurut saya hal tersebut kurang efektif \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Universitas harus bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang ada jika ingin mendapatkan mahasiswa baru melalui pendekatan kepada karyawan perusahaan tersebut \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Menurut saya bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan untuk mendapatkan mahasiswa baru harus lebih sering dilakukan karena cara tersebut sangat efektif \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Banyaknya perusahaan yang menjadi rekanan atau partner dari universitas semakin mempermudah universitas mendapatkan calon mahasiswa baru \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Menurut saya mendatangi SMA secara langsung untuk melakukan promosi adalah cara yang paling efektif \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Dengan melakukan promosi secara langsung ke sekolah sekolah adalah cara yang paling tepat dalam mendapatkan calon mahasiswa baru \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Semakin banyak sekolah yang didatangi maka akan semakin banyak kemungkinan mendapatkan calon mahasiswa baru \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Jika ingin mendapatkan calon mahasiswa berkualitas maka kampus harus mendatangi sekolah-sekolah yang favorit saja \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Mendatangi sekolah dan melakukan promosi di sekolah tidak akan efektif mendapatkan calon mahasiswa baru karena umumnya siswa SMA pasti memilih Universitas Negeri \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Melakukan strategi marketing dengan menggunakan media online adalah cara yang paling efektif \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Instagram dan youtube adalah media sosial yang paling baik untuk melakukan strategi marketing bagi universitas \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Back Next Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. Report Abuse Terms of Service Privacy Policy

Google Forms

### KUESIONER PENELITIAN

swarafa28@gmail.com Switch account  
Not shared

\* Indicates required question

#### KUESIONER PENELITIAN

Pilihlah 1 jawaban dari 5 lingkaran yang tersedia.

Bertemu langsung dengan calon mahasiswa jauh lebih efektif dari pada beriklan melalui sosial media \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Melakukan usaha marketing untuk mendapatkan mahasiswa baru melalui media online hanya akan membuang kuota saja \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Metode online adalah metode yang paling murah untuk beriklan dan mendapatkan calon mahasiswa baru \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Memberikan sponsorship pada perusahaan adalah cara yang efektif untuk mendapatkan mahasiswa baru \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Metode online merupakan metode yang lebih efektif dibanding dengan metode offline \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

Metode offline merupakan metode yang lebih efektif dibanding dengan metode online \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Saya yakin jika Universitas menggunakan metode online dalam beriklan maka mahasiswa baru yang akan mendaftar lebih banyak \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Mahasiswa baru lebih menyukai metode offline karena bisa datang langsung ke kampus dan melihat fasilitas yang dimiliki kampus \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Menurut saya teman-teman dikelas saya tertarik mendaftar di kampus President University karena metode offline \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Menurut saya metode offline lebih merepotkan karena harus datang langsung ke kampus \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Back Next Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) [Terms of Service](#) [Privacy Policy](#)

Google Forms

## KUESIONER PENELITIAN

swarafa28@gmail.com [Switch account](#)

Not shared

\* Indicates required question

### KUESIONER PENELITIAN

Pilihlah 1 jawaban dari 5 lingkaran yang tersedia.

---

Menurut saya anak-anak muda zaman sekarang lebih menyukai iklan-iklan secara online karena dapat langsung dilihat di gadget mereka \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Saya setuju dengan metode offline karena dalam metode online sering terjadi pembohongan informasi \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Metode offline sulit dilakukan untuk calon mahasiswa yang berada di luar daerah \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Metode online sulit dilakukan pada calon mahasiswa yang tempat tinggalnya sulit mendapatkan akses internet \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Metode online dan offline bisa digabungkan untuk menarik minat calon mahasiswa \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Menurut saya mahasiswa zaman sekarang tetap membutuhkan bukti fasilitas yang mereka lihat secara langsung \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Back Submit Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) [Terms of Service](#) [Privacy Policy](#)

Google Forms

Saya yakin ditahun mendatang metode offline tetap dibutuhkan dalam atrategi marketing kampus \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Menurut saya metode online dan offline dalam beriklan yang dilakukan President University sudah sangat baik \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Metode online dalam beriklan tidak merepotkan dan tidak memerlukan biaya yang mahal \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Metode online lebih mudah dipahami oleh anak-anak muda zaman sekarang \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Menurut saya metode online efektif dan cepat \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Menurut saya metode online lebih mudah dipercaya \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Menurut saya metode online juga bisa diberikan kepada orang tua calon mahasiswa \*

Tidak Efektif

1

2

3

4

5

Sangat Efektif

---

Back Submit Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) [Terms of Service](#) [Privacy Policy](#)

Google Forms