

ABSTRAK

Yusfikahayasti, tahun 2021, "Pengaruh *Promosi Sosial Media* Terhadap Peningkatan Minat Calon Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Makassar". Skripsi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Yang dibimbing oleh Pembimbing I Bapak H. Abd. Rahman Rahim dan Pembimbing II Bapak Samsul Riza!

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Promosi Sosial Media* Terhadap Peningkatan Minat Calon Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 42 Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai responden. Metode Analisis yang digunakan pada penelitian ini meliputi uji validitas, uji realibilitas, Uji asumsi klasik, dan Pengujian hipotesis melalui uji Analisis regresi linear sederhana, dan uji t . Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa *Promosi Sosial Media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Minat Calon Mahasiswa Baru sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima.

Kata Kunci : Promosi Sosial Media, Peningkatan Minat

ABSTRACT

Yusfikahayasti, 2021, "The Effect of Social Media Promotion on Increasing Interest of Prospective New Students at the University of Muhammadiyah Makassar". Thesis majoring in Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Advisor I Mr. H. Abd. Rahman Rahim and Advisor II Mr. Samsul Rizal

This study aims to examine the effect of social media promotion on increasing the interest of prospective new students at the University of Muhammadiyah Makassar. The research was conducted by distributing questionnaires to 42 New Students of Muhammadiyah University of Makassar as respondents. The analytical method used in this research includes validity test, reliability test, classical assumption test, and hypothesis testing through simple linear regression analysis test, and t test. The results of this study partially indicate that Social Media Promotion has a positive and significant effect on increasing the interest of prospective new students so that it can be concluded that the first hypothesis (H1) is accepted.

Keywords : Social Media Promotion, Increased Interest