**Nama : Ar.Try Saputri**

**Npm : 2313031082**

**Mata Kuliah : Metodologi Penelitian**

Universitas mengalami penurunan jumlah mahasiswa baru selama tiga tahun terakhir, meskipun telah melakukan promosi besar-besaran melalui media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama dengan sekolah-sekolah menengah atas. Masalah penelitian yang relevan dari kasus ini adalah penurunan jumlah mahasiswa baru meskipun upaya promosi telah dilakukan secara intensif. Hal ini menunjukkan adanya ketidakefektifan strategi promosi atau adanya faktor lain yang memengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk mendaftar.

Dua variabel yang dapat dikaji dalam penelitian ini yaitu: efektivitas promosi universitas sebagai variabel independen (bebas) dan jumlah mahasiswa baru sebagai variabel dependen (terikat). Efektivitas promosi menggambarkan seberapa berhasil kegiatan promosi menarik minat calon mahasiswa, sedangkan jumlah mahasiswa baru mencerminkan hasil dari strategi promosi yang telah dilakukan.

Paradigma penelitian yang paling tepat digunakan adalah paradigma positivisme. Paradigma ini menekankan pada pengukuran yang objektif dan analisis kuantitatif untuk melihat hubungan sebab-akibat antara efektivitas promosi dengan jumlah mahasiswa baru. Paradigma ini sesuai karena penelitian ini berfokus pada data yang dapat diukur secara statistik, seperti jumlah pendaftar dan hasil survei tentang pengaruh promosi terhadap minat calon mahasiswa.

Rumusan masalah dari kasus ini adalah: “Mengapa terjadi penurunan jumlah mahasiswa baru di universitas meskipun telah dilakukan promosi besar-besaran melalui berbagai media dan kerja sama dengan sekolah-sekolah menengah atas?”

Pertanyaan penelitiannya yaitu: “Bagaimana pengaruh efektivitas promosi universitas terhadap jumlah mahasiswa baru selama tiga tahun terakhir?”