

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data hasil kuesioner, melakukan penghitungan, dan menganalisa dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, uji t dan uji determinasi (R^2), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Hasil analisa uji validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan pada setiap masing-masing variabel yang ada di dalam variabel bauran pemasaran (X) dan variabel keputusan mahasiswa (Y) dinyatakan “valid”, karena r_{xy} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil analisa uji reliabilitas masing-masing pernyataan variabel bauran pemasaran (produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), promosi (X4), SDM (X5), proses (X6), dan pelayanan (X7)) dan variabel keputusan mahasiswa dinyatakan “reliabel”.

Berdasarkan hasil analisa uji t dan analisa persamaan regresi linier sederhana dapat diketahui koefisien bernilai positif. Hasil analisa diperoleh bahwa variabel program pendidikan (X1), variabel biaya pendidikan (X2), variabel lokasi (X3), variabel promosi (X4), variabel sumber daya manusia (X5), variabel proses (X6), dan variabel pelayanan (X7) mempunyai koefisien regresi bertanda positif terhadap keputusan mahasiswa (Y) Hal ini berarti semakin baik variabel program pendidikan, biaya pendidikan, lokasi, promosi, sumber daya manusia, proses, dan pelayanan, maka keputusan mahasiswa meningkat sesuai dengan nilai t_{hitung} . Variabel bauran pemasaran di STIEKEN Blitar berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan

tinggi di STIEKEN Blitar dan hipotesis H_a dinyatakan dapat diterima karena lebih besar dari t_{tabel} .

Dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) bahwa keputusan konsumen (Y) dijelaskan oleh variabel bauran pemasaran (X) yang didalamnya terdapat variabel produk (program pendidikan), harga (biaya pendidikan), lokasi, promosi, sumber daya manusia (SDM)/Karyawan, proses dan pelayanan. Sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh sebab-sebab atau pengaruh lain yang tidak diteliti oleh ini seperti faktor internal (pribadi), dan eksternal (peraturan yang berlaku, kelompok tertentu, kelas sosial, dan budaya). Berdasarkan total perhitungan skor pernyataan dalam variabel bauran pemasaran yang mempunyai skor total tertinggi adalah pernyataan pada variabel lokasi (X3), dalam variabel lokasi pernyataan yang mempunyai skor tertinggi dimiliki oleh pernyataan “lokasi yang strategis berada di tengah Kota Blitar” dan nilai skor terendah dimiliki oleh pernyataan “lokasi dilewati kendaraan umum”. Berdasarkan skor dalam variabel keputusan mahasiswa (Y) yang mempunyai skor tertinggi adalah pernyataan “saya memilih kuliah di STIEKEN Blitar karena lokasi yang strategis di tengah Kota Blitar” dan pernyataan yang mempunyai skor terendah adalah pernyataan “saya memutuskan kuliah di STIEKEN Blitar karena pelayanan yang diberikan cepat”.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan, diajukan saran-saran berikut untuk menjaga dan meningkatkan bauran pemasaran di STIEKEN:

1. Meningkatkan kualitas program pendidikan dengan diadakan pelatihan terhadap para dosen di STIEKEN Blitar.
2. Meningkatkan dan lebih mempermudah cara pembayaran biaya pendidikan.
3. Informasi terkait beasiswa lebih disebarluaskan dengan memberikan penjelasan dan pengarahan terkait beasiswa yang menjadi program STIEKEN Blitar bagi mahasiswa yang kurang mampu.
4. Mendatangi SMA/SMK dan memberikan penjelasan secara langsung mengenai informasi terkait program pendidikan, cara, proses, persyaratan, biaya, dan fasilitas STIEKEN Blitar agar para siswa/siswi SMA/SMK lebih mengenal, dan memahami informasi terkait STIEKEN Blitar.
5. Meningkatkan kualitas karyawan dengan pembinaan dan bimbingan teknis STIEKEN Blitar dalam upaya meningkatkan kualitas Sumber daya manusia, proses, dan pelayanan.
6. Mempertahankan lokasi karena lokasi yang strategis berada di tengah Kota Blitar dan Meningkatkan pelayanan yang ada di STIEKEN agar mahasiswa merasa puas dan secara tidak langsung mahasiswa akan mempromosikan STIEKEN Blitar sebagai rekomendasi untuk pilihan kuliah yang terbaik.