

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini ialah siswa-siswi SMK Pelita Tiga yang terdiri dari 179 responden, 57 laki-laki dan 122 perempuan. Responden penelitian ini terdiri dari dua jurusan yaitu Akuntansi & Administrasi Perkantoran. Tempat tinggal responden terdiri dari beberapa kecamatan yang ada di wilayah Jakarta Timur dan Jakarta Pusat. Responden penelitian ini 52% lulusan SMP Swasta & 47% lulusan SMP Negeri & 1 % tidak diketahui karena tidak mengisi data kuesioner.
2. Dari hasil Uji t yang telah dilakukan terhadap variabel promosi didapat nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,069 dengan nilai signifikan 0,375 hal ini berarti variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga.
3. Dari hasil Uji t yang telah dilakukan terhadap variabel harga didapat nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,121 dengan nilai signifikan 0,061 hal ini berarti variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga.

4. Dari hasil Uji t yang telah dilakukan terhadap variabel *physical evidence* didapat nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,603 dengan nilai signifikan 0,000 hal ini berarti variabel *physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga. Setiap penambahan 1 *point physical evidence* maka akan menimbulkan efek pengambilan keputusan belajar sebesar 0,603
5. Nilai adjusted R square 0,395 hal ini berarti 39,5% variasi dari pengambilan keputusan belajar bisa dijelaskan oleh variasi dari variabel independen yang diteliti, sedangkan sisanya 60,5% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.
6. Berdasarkan hasil Uji t variabel-variabel independen yang diteliti, dapat disimpulkan bahwa variabel *physical evidence* mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga dibandingkan variabel promosi dan harga.

B. IMPLIKASI

1. Implikasi Teoritis

- a. Dalam penelitian ini promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga, hal ini berbeda dengan penelitian Sulisyanthini yang menyatakan promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta. Bila dilihat nilai *adjusted R square*,

maka diketahui ketiga variabel independen yang diteliti hanya mempunyai pengaruh sebesar 39,5% terhadap pengambilan keputusan belajar di SMK Pelita Tiga, sedangkan pengaruh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti lebih besar yaitu 60,5%

- b. Harga dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga, hal ini berbeda dari penelitian yang dilakukan Chang, bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di universitas Fengchia. Berdasarkan nilai *adjusted R square* diketahui ketiga variabel independen yang diteliti hanya mempunyai pengaruh sebesar 39,5% terhadap pengambilan keputusan belajar di SMK Pelita Tiga, sedangkan pengaruh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti lebih besar yaitu 60,5%
- c. Physical evidence mempunyai pengaruh terhadap keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga, hal ini sesuai dengan penelitian Kalla, bahwa *physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi negeri di makasar.

2. Implikasi Managerial

- a. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa promosi tidak mempengaruhi keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga, hal ini berarti kebijakan strategi promosi yang sudah dilakukan manajemen SMK Pelita Tiga selama ini tidak berhasil dilakukan, sehingga promosi tidak mempengaruhi jumlah siswa yang mendaftar di SMK Pelita Tiga.
- b. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga, hal ini berarti kebijakan strategi harga yang sudah dilakukan oleh manajemen sekolah belum berhasil untuk mendorong siswa untuk mendaftar di SMK Pelita Tiga. Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai aspek harga yang ada di SMK Pelita Tiga, diketahui 7 dari 10 pertanyaan menilai dengan angka dibawah 3, hal ini dapat diartikan responden menilai mahal dari aspek harga yang ada di sekolah Pelita Tiga.
- c. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa *physical evidence* mempengaruhi keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga, hal ini berarti perbaikan dan peningkatan infrastruktur yang sudah dilakukan manajemen sekolah Pelita Tiga selama ini telah berhasil dilakukan, sehingga *physical evidence* mempengaruhi jumlah siswa yang mendaftar di SMK Pelita Tiga.

C. SARAN

1. Manajemen SMK Pelita Tiga perlu memperbaiki dan meningkatkan bentuk-bentuk promosi yang telah dilakukan selama ini. Sebelum masuk ke bentuk-bentuk promosi, penting untuk diperhatikan yaitu materi atau isi dari promosi-promosi yang sudah dibuat diantaranya yaitu menginformasikan tentang fasilitas apa saja yang ada, prestasi apa saja yang sudah didapat, program-program sekolah, teknologi apa saja yang diterapkan dalam pembelajaran, biaya sekolah dan pembayaran yang meringankan, letak sekolah yang strategis, pengajar yang kompeten dibidangnya.
2. Manajemen SMK Pelita Tiga perlu memperhatikan penampilan bentuk-bentuk promosi yang sudah dilakukan, seperti warna-warna yang cerah, bentuk-bentuk tampilan yang lebih modern dan trendi. Kalau perlu menyewa jasa desainer supaya tampilan bentuk-bentuk promosi lebih bagus, menarik dan trendi.
3. Manajemen SMK Pelita Tiga perlu mempertahankan dan meningkatkan bentuk-bentuk promosi yang paling diketahui oleh responden, diantaranya yaitu bentuk promosi *advertising* berupa browsur dan spanduk. Bentuk promosi penjualan berupa pembayaran

dapat dicicil dan pembayaran mudah dilakukan. Bentuk promosi *event & experience* berupa pentas seni. Bentuk promosi *public relation & publicity* berupa praktek kerja lapangan dengan dunia usaha. Bentuk *direct marketing & interactive marketing* berupa *stand promotion* pada saat pendaftaran di sekolah-sekolah negeri. Bentuk promosi *Word of Mouth* dan promosi *personal selling*.

4. Dari beberapa strategi promosi yang telah dilakukan manajemen sekolah ada yang kurang berhasil, maka hal tersebut perlu diperbaiki bahkan dihentikan bila hal tersebut dirasa merugikan/menghabiskan dana yang besar, sehingga dana tersebut bisa kita alokasikan ke bentuk-bentuk promosi lain yang berhasil. Bentuk-bentuk promosi yang kurang diketahui oleh responden antara lain *standing banner*, *magazine*, hadiah langsung, parade exskul, telepon, facebook.
5. Bila dilihat dari hasil kuesioner, siswa SMK Pelita Tiga terbanyak bertempat tinggal di daerah Jakarta Timur, terbanyak pertama kecamatan Pulogadung 50%, yang kedua Matraman 25%, yang ketiga Cempaka Putih 8%. Ketiga kecamatan tersebut bisa dijadikan target pemasaran utama bagi SMK Pelita Tiga.

6. Manajemen SMK Pelita Tiga perlu memperbaiki strategi harga, karena dalam penelitian ini variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga. Beberapa hal yang dapat dijadikan pertimbangan yaitu harga SPP sekolah, berdasarkan responden harga SPP sebesar Rp400.000,-/bulan dinilai mahal.

Harga SPP sebaiknya sudah termasuk biaya kegiatan program-program sekolah seperti biaya pesantren kilat, maulid nabi, kurban, biaya ujian semester. Hal ini dimaksudkan agar harga SPP sekolah tidak terkesan mahal dan sebentar-sebentar ada uang yang dikeluarkan oleh siswa untuk kegiatan sekolah.

Hal lain yang dijadikan saran perbaikan adalah harga uang pangkal atau uang bangunan pertama kali siswa masuk. Harga uang pangkal saat ini dirasa responden cukup mahal, sehingga perbaikan dari sisi harga atau cara pembayaran yang lebih meringankan responden akan meningkatkan jumlah siswa yang mendaftar di SMK Pelita Tiga.

7. Untuk penetapan harga, manajemen sekolah Pelita Tiga bisa melakukan analisi SWOT, ketika sudah mengetahui dimana letak kekuatan, kelemahan, kesempatan dan posisinya dibandingkan pihak

pesaing, manajemen SMK Pelita Tiga bisa menerapkan metode penetapan harga *Competition Oriented Pricing*. *Competition Oriented Pricing* yaitu dimana sekolah berusaha menetapkan harga setingkat dengan harga rata-rata sekolah swasta di sekitarnya atau didasarkan pada tawaran yang diajukan pesaing. Sehingga harga yang ditawarkan sekolah, menjadi salah satu alasan calon siswa untuk memutuskan belajar di SMK Pelita Tiga.

8. Manajemen SMK Pelita Tiga perlu memperbaiki dan meningkatkan kualitas *physical evidence* yang sudah dimiliki agar bisa meningkatkan jumlah keputusan siswa untuk belajar di SMK Pelita Tiga. Berdasarkan data dari responden, beberapa hal yang bisa dijadikan saran perbaikan adalah fasilitas lapangan, kebersihan dan kenyamanan lapangan, fasilitas kantin, kebersihan dan kenyamanan kantin, kebersihan lahan parkir.
9. Dalam penelitian ini diketahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan siswa untuk belajar adalah *physical evidence*, sehingga manajemen SMK Pelita Tiga perlu memprioritaskan perbaikan variabel *physical evidence* dibandingkan variabel yang lain, tanpa mengabaikan perbaikan variabel promosi dan variabel harga.

10. Responden dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMK Pelita Tiga yang mempunyai keterbatasan dalam pengambilan keputusan, diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan orang tua sebagai responden penelitian agar dapat mengembangkan penelitian yang sudah ada.