

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada uraian bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Variabel motivasi (X1) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan memilih (Y) yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,610 > t_{tabel}$  sebesar  $1,65895$  dengan tingkat signifikansi  $0,005 < 0,05$ , artinya semakin tinggi motivasi yang dirasakan oleh orang tua dapat mempengaruhi semakin tingginya keputusan memilih pada orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa atribut motivasi berupa biaya, kualitas yang ditawarkan, ketersediaan fasilitas dan tren yang ditawarkan di lingkungan sosial dapat mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih SMPK St. Bernardus Madiun, dan sebaliknya.
2. Variabel persepsi (X2) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan memilih (Y) yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $7,232 > t_{tabel}$  sebesar  $1,65895$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya semakin tinggi persepsi yang dirasakan oleh orang tua dapat mempengaruhi semakin tingginya keputusan memilih pada orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa atribut persepsi berupa kemudahan dalam mendapatkan informasi, karakteristik tambahan yang menjadi pembeda, keandalan yang ditawarkan dan popularitas yang ditawarkan dapat mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih SMPK St. Bernardus Madiun.

3. Variabel sikap (X3) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan memilih (Y) yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $6,344 > t_{tabel}$  sebesar  $1,65895$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya semakin tinggi sikap yang dirasakan oleh orang tua dapat mempengaruhi semakin tingginya keputusan memilih pada orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa atribut sikap berupa memilih karena yang ditawarkan terbaik, memilih karena yang ditawarkan terkenal, memilih karena yang ditawarkan yang diinginkan, memilih karena yang ditawarkan disukai dan memilih karena yang ditawarkan handal dapat mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih SMPK St. Bernardus Madiun.
4. Dari ketiga model regresi yaitu pengaruh motivasi terhadap keputusan memilih, persepsi terhadap keputusan memilih, dan sikap terhadap keputusan memilih dengan nilai  $R^2$  model regresi sebesar  $0,753$  yang berarti  $75,3\%$  variabel dependen keputusan memilih dijelaskan oleh variabel independen motivasi, persepsi, dan sikap sedangkan sisanya sebesar  $24,7\%$  ( $100\% - 75,3\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan.

## **B. Implikasi Manajerial**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang bisa diterapkan pada SMPK St. Bernardus sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menemukan variabel motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi yang dirasakan orang tua maka semakin tinggi keputusan dalam memilih SMPK St. Bernardus Madiun. SMPK St.

Bernardus Madiun memiliki motivasi yang tinggi meliputi biaya, kualitas produk, ketersediaan barang, dan tren terhadap produk di lingkungan sosial aspek-aspek tersebut meliputi biaya, kualitas yang ditawarkan, ketersediaan fasilitas dan tren yang ditawarkan di lingkungan sosial telah menarik orang tua dalam keputusan memilih. Sehingga SMPK St. Bernardus Madiun perlu mempertahankan dan meningkatkan supaya orang tua tetap tertarik untuk memilih SMPK St. Bernardus Madiun.

2. Hasil penelitian variabel persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi yang dirasakan orang tua maka semakin tinggi keputusan dalam memilih SMPK St. Bernardus Madiun. SMPK St. Bernardus Madiun memiliki persepsi yang tinggi meliputi kemudahan penggunaan, karakteristik tambahan yang menjadi pembeda, keandalan prosuk dan popularitas merek aspek-aspek tersebut meliputi kemudahan dalam mendapatkan informasi, karakteristik tambahan yang menjadi pembeda, keandalan yang ditawarkan, dan popularitas yang ditawarkan telah menarik orang tua dalam keputusan memilih. Sehingga SMPK St. Bernardus Madiun perlu mempertahankan dan meningkatkan supaya orang tua tetap tertarik untuk memilih SMPK St. Bernardus Madiun.
3. Hasil penelitian variabel sikap berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap yang dirasakan orang tua maka semakin tinggi keputusan dalam memilih SMPK St. Bernardus Madiun. SMPK St. Bernardus Madiun memiliki sikap yang

tinggi meliputi produk yang ditawarkan adalah produk yang terbaik, produk yang dibeli merupakan produk terkenal, produk yang dibeli adalah produk yang diinginkan, produk yang dibeli merupakan produk yang disukai, produk yang dibeli adalah produk yang handal, aspek-aspek tersebut meliputi memilih karena yang ditawarkan terbaik, memilih karena yang ditawarkan terkenal, memilih karena yang ditawarkan yang diinginkan, memilih karena yang ditawarkan yang diinginkan, memilih karena yang ditawarkan disukai, memilih karena yang ditawarkan handal telah menarik orang tua dalam keputusan memilih. Sehingga SMPK St. Bernardus Madiun perlu mempertahankan dan meningkatkan supaya orang tua tetap tertarik untuk memilih SMPK St. Bernardus Madiun.

#### **A. Keterbatasan Penelitian**

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu motivasi, persepsi dan sikap, sedangkan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan memilih.
2. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dengan jawaban yang sudah disiapkan sehingga orang tua/ wali murid dapat langsung memilih pilihan jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

## **B. Saran**

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut yaitu menambah jumlah variabel yang dapat mempengaruhi keputusan memilih misalnya pelayanan, fasilitas, dan tenaga pengajar atau guru (Kristiani, 2016) karena nilai  $R^2$  sebesar 75,3% dan masih ada 24,7% yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Penelitian selanjutnya dapat menguji orang tua yang memilih SMPK St. Bernardus Madiun dengan variabel pelayanan, fasilitas, dan tenaga pengajar. Sehingga pihak sekolah dapat mengetahui bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan memilih sekolah anak

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1997. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi 4. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Dajan, Anton. 1996. *Pengantar Metode Statistik Jilid II*. Jakarta: LP3ES.
- Engel. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Struktural Equation Modeling. Mencari Hubungan Kausalitas Antar Variabel Pendekatan Induktif Dengan Program*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*: Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto H.M. 2005. *Sistem Informasi Strategi, Untuk Keunggulan Kompetitif, Memenangkan Persaingan Dengan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Erlangga.
- Joseph Gricha. 2013. Motivasi, Persepsi, Kualitas Layanan Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. Vol. 4 No.6
- Kurniawati Dyah. 2012. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. *Laporan Penelitian Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun*.
- Kristiani Nuning. 2016. Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua siswa memilih SD Kasatriyan Surakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) YKPN Yogyakarta*.
- Kotler, Philip dan Garry, Armstrong. 1992. *Dasar-dasar pemasaran*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran. Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Edisi 6. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Mowen. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

- Mawey Hizkia Elfran. 2013. Motivasi, persepsi, dan sikap konsumen pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen*. Vol. 1 No. 4.
- Retor. 2014. Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Conbloc Indonesia Surya Manado. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*. Vol 2 No. 3.
- Schiffman, Leon dan Kanuk Lazar Leslie. 2018. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta : Indeks.
- Schiffman, Leon. 2018. *Perilaku Konsumen* . Edisi Ketujuh. Jakarta : Indeks.
- Swastha, B. 2008. *Manajemen Penjualan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- Saputra Rico. 2013. Analisa pengaruh motivasi, persepsi, sikap konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 4 No. 1.
- Sarwoko. 2017. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan Dengan Program CSR (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. Vol.3 No.1.
- Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Pemilihan Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta.
- Surachman. 2008. *Alat pemasaran untuk memenangkan persaingan*. Bandung: Bayu Media Publising.
- Simamora. 2002. *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sumarsono. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan. 2015. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Singarumbun. 1995. *Metode Pendidikan Survey*. Yogyakarta: UGM.

- Tompunu Merna M.M. 2014. Analisis Persepsi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di KFC Bahu Mall Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol. 2 No.3.
- Umar. 1998. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Wahyuni Dewi Urip. 2008. Pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 10 No.5.
- Yamin. 2009. *SPSS Complete. Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Zainal Arnoldi. 2013. Analisis pengaruh kualitas dan kepercayaan orang tua/wali murid dalam memilih sekolah menengah pertama islam untuk putra – putrinya studi pada SMP Islam AL-Azhar 12 Rawamangun. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol.11 No. 5.