

BAB V
KESIMPULAN, IMPLIKASI MANJERIAL,
KETERBATASAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Variabel harga (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih orangtua (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,969 > t_{tabel}$ sebesar $1,66088$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya semakin sesuai harga yang ditawarkan pada orangtua dapat mempengaruhi semakin tingginya keputusan orangtua dalam memilih sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa harga menjadi pertimbangan orangtua dalam memilih jasa pendidikan. Ini terjadi karena orangtua lebih mempertimbangkan sekolah dengan biaya yang ringan sehingga dapat ditanggung oleh orangtua siswa. Adanya kebijakan pembayaran juga menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih sekolah.
2. Variabel fasilitas (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih orangtua (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,786 > t_{tabel}$ sebesar $1,66088$ dengan tingkat signifikansi $0,006 < 0,05$, artinya semakin tinggi peningkatan fasilitas sekolah yang ditawarkan pada orangtua dapat mempengaruhi semakin tingginya keputusan orangtua dalam memilih jasa pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa orangtua akan mempertimbangkan fasilitas yang diberikan oleh sekolah bagi

anaknya untuk perkembangan belajar. Dengan semakin baik fasilitas yang diberikan oleh sekolah maka keputusan orangtua untuk memasukkan anaknya semakin besar. Fasilitas yang menunjang kegiatan belajar anak akan menimbulkan kenyamanan bagi anak pada saat proses belajar.

3. Variabel pelayanan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih orangtua (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,262 > t_{tabel}$ sebesar $1,66088$ dengan tingkat signifikansi $0,026 < 0,05$, artinya semakin tinggi peningkatan pelayanan yang ditawarkan oleh sekolah dapat mempengaruhi semakin tingginya keputusan orangtua dalam memilih jasa pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan merupakan pertimbangan dalam memilih sekolah. Pelayanan yang diberikan oleh guru/karyawan kepada orangtua siswa yang dinilai baik akan menjadikan orangtua siswa dan siswa merasa nyaman dan dapat mempercayakan putra/putrinya di sekolah swasta Katolik/ Kristen Madiun.
4. Variabel tenaga pendidik/guru (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan orangtua memilih jasa pendidikan (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,372 > t_{tabel}$ sebesar $1,66088$ dengan tingkat signifikansi $0,020 < 0,05$, artinya semakin tinggi peningkatan tenaga pendidik/guru yang ditawarkan oleh sekolah dapat mempengaruhi semakin tingginya keputusan orangtua dalam memilih jasa pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa orangtua akan mempertimbangkan tenaga pendidik yang ada sebagai ukuran untuk memilih sekolah bagi putra/putrinya. Karena orangtua akan mempercayakan putra/putrinya pada sekolah dan pada tenaga pendidik

maka mereka lebih mempertimbangkan tenaga pendidik yang akan mendidik anaknya selama berada di sekolah.

5. Berdasarkan dari model regresi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan orangtua dalam memilih sekolah dengan nilai R² diperoleh bahwa hubungan antara variabel independen yang terdiri dari harga, fasilitas, pelayanan, dan tenaga pendidik terhadap keputusan orangtua memilih sekolah sebesar 80% yang berarti hubungannya sangat kuat sedangkan sisanya sebesar 20% ($100\% - 80\% = 20\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian.

B. Implikasi Mnajerial

Bedaraskan pada penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi yang dapat diterapkan pada sekolah swasta khususnya sekolah Santo Yusuf, Santa Maria, dan Petra di Kota Madiun sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan orangtua memilih sekolah. Hal ini dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi harga yang ditawarkan pada konsumen maka semakin tinggi pula orangtua dalam memilih sekolah. Dalam menawarkan jasa pendidikan adanya pertimbangan untuk memberikan harga kepada orangtua. Pertimbangan dapat dilakukan dengan menambah kebijakan-kebijakan pembayaran yang sesuai dengan keadaan ekonomi orangtua. Jika adanya penambahan biaya yang harus ditetapkan dengan seiringnya peningkatan kualitas sebaiknya adanya dispensasi bagi orangtua dengan kendala-kendala ekonomi.

2. Hasil dari penelitian variabel fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan orangtua memilih sekolah. Hal ini dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi fasilitas yang ditawarkan pada konsumen maka semakin tinggi pula orangtua dalam memilih sekolah. Pngdaan fasilitas sekolah bagi siswa merupakan kewajiban bagi sekolah dan adanya peningkatan fasilitas merupakan hak bagi siswa. Sehingga dapat dikatakan apabila penyedia jasa dikatakan baik apabila jasa yang ditawarkan disertai dengan bukti fisik yang ada.
3. Hasil dari penelitian variabel pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan orangtua memilih sekolah. Hal ini dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi pelayanan yang ditawarkan pada konsumen maka semakin tinggi pula orangtua dalam memilih sekolah. Dapat dikatakan dengan adanya peningkatan pelayanan baik secara fisik ataupun non fisik akan mempengaruhi keputusan orangtua dalam memilih jasa pendidikan. Peningkatan fisik berupa perbaikan ataupun penambahan fasilitas gedung sekolah. Dan untuk non fisik dapat berupa pelayanan konseling terhadap siswa.
4. Hasil dari penelitian variabel tenaga pendidik berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan orangtua memilih sekolah. Hal ini dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi tenaga pendidik yang ditawarkan pada konsumen maka semakin tinggi pula orangtua dalam memilih sekolah dapat dikatakan bahwa dengan tingginya tingkat tenaga pendidik atau guru dapat meningkatkan keputusan orangtua dalam memilih sekolah dan dari

indikator yang digunakan dalam penelitian ini maka seorang guru harus dapat bersikap inklusif, objektif, serta tidak diskriminatif.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Peneliti hanya menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan orangtua dalam memilih sekolah berdasarkan pada wawancara dengan jumlah 5 responden / orangtua.
2. Peneliti tidak fokus pada satu objek penelitian atau tidak fokus pada satu jenjang pendidikan.
3. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 responden karena belum diketahui jumlah responden yang sesuai dengan kriteria peneliti.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Menambah jumlah variabel yang dapat mempengaruhi keputusan orangtua memilih sekolah misalnya faktor internal dan faktor eksternal (Zainal, 2013) karena nilai R^2 sebesar 80% dan masih ada 20% yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.
2. Dengan menggunakan alat ukur yang sama, penelitian berikutnya dapat menguji orangtua yang telah menyekolahkan anak mereka di sekolah swasta lain maupun sekolah milik pemerintah di Kota Madiun. Ini bertujuan agar dapat memberikan hasil yang resprektif terhadap variabel yang digunakan sebagai perbandingan antara yang memilih dan yang

tidak memilih, supaya memberi masukan kepada pihak sekolah untuk pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: ALFABETA.
- Bilson, Simamora. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2017. *EKONOMETRIKA Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan IMB SPSS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Krismawintari, Ni Putu Dyah. 2016. Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Orangtua dalam Memilih Sekolah (Studi Kasus SMPK Harapan Denpasar). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora*. Vol 10. Universitas Dhayana Bali.
- Kristiani, Nuning. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan orangtua siswa memilih SD Kasatriyan Surakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*. Vol. 16 No 1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) YKPN Yogyakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mowen, John C., and Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Kelima*. Alih bahasa Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Alih bahasa Dwi Kartika Yanya. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, J. Setiadi. 2002. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategis dan Penelitian Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta : Prenada Media.
- Peter, J. Paul & Olson, Jerry C. 2017. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*. Penerjemah Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Salemba Empat.
- Rismiati, E. Catur., dan Suratno, Ig. Bondan., 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rosha, Zeshasina, dkk. 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Orangtua dalam Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dasar Islam Al-Azhar 32 Padang. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*. Vol 5. Universitas Bung Hatta Padang.
- Sa'ud, Udin Syaefudin. 2009. *Pengembangan Profesi Guru*. Bandung: CV Alfabeta.
- Schiffman, Leon G., and Kanuk, Leslei Lazar. 2018. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Alih Bahasa Kasip, Zoelkipli. Jakarta: PT INDEKS.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep DASAR Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Syah, Muhibbin. 2001. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung :Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI
- Triwiyanto, Teguh. 2014. *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Akasara.
- Utami, Christina Widya. 2010. *Manajemen Riset Strategi dan Implementasi Bisnis Ritel Modern Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, Tony. 2001. *Manajemen Kualitas Jasa Desain Serqual, QFD, dan Kano: disertai contoh aplikasi dalam kasus penelitian*. Jakarta : PT INDEKS.
- Yazid. 2001. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi Edisi 2*. Yogyakarta: EKONISIA.