

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan pengujian hipotesa dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Variabel bebas yaitu Harga secara simultan mempengaruhi signifikan terhadap keputusan studi Mahasiswa Tanimbar di Surabaya dan Malang. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila suatu Perguruan tinggi memiliki Harga yang sesuai dan terjangkau oleh daya beli calon Mahasiswa maka kemungkinan besar akan berpengaruh terhadap keputusan studi Mahasiswa/i Tanimbar
2. Variabel Citra Perguruan tinggi dan Promosi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan studi Mahasiswa Indonesia timur di Surabaya. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel harga yang sangat berpengaruh terhadap keputusan studi Mahasiswa/i Tanimbar di Surabaya dan Malang. Dikarenakan harga merupakan hal yang sangat sensitif bagi konsumen terutama bagi Mahasiswa/i Tanimbar dan juga karena perekonomian yang tidak terlalu baik bila dibandingkan dengan pulau Jawa sehingga faktor harga sangat penting bila dibandingkan dengan Citra Perguruan Tinggi dan Promosi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

1. Waktu pengisian kuisioner ada beberapa responden yang menolak untuk menjawab pertanyaan terbuka dan yang menjadi alasan responden yaitu susah melihat kelebihan dan kekurangan dari Perguruan Tinggi masing-masing. sehingga banyak kuisioner yang tidak dijawab pada bagian pertanyaan terbuka yaitu nomor 3 dan 4 yaitu mengenai kelebihan dan kekurangan Perguruan Tinggi.
2. Adanya responden yang menolak untuk memberikan nomor telepon.
3. Waktu pengambilan sampel kurang tepat karena pengambilan sampel dilakukan pada waktu liburan semester sehingga banyak mahasiswa/i Tanimbar yang tidak berada di Surabaya dan Malang oleh karena itu pengambilan sampel dilakukan dengan cara mendatangi Mahasiswa/i Tanimbar yang berada di Surabaya dan Malang. Di tempat tinggal masing-masing.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disampaikan, maka ada beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak terkait, adalah sebagai berikut:

A. Saran bagi Perguruan Tinggi di Surabaya dan Malang

1. Berdasarkan hasil uji parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan studi, dari hasil tersebut maka saran yang dapat

diberikan bagi Perguruan Tinggi yang ada di Surabaya dan Malang yaitu dengan memperhatikan indikator-indikator pada variabel harga yaitu dengan memperhatikan:

- a. Biaya kuliah yang sesuai dengan brosur
- b. Kesesuaian harga dengan daya beli
- c. Memiliki daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan kualitas

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut maka mungkin dapat mempengaruhi keputusan studi mahasiswa Tanimbar di Surabaya dan Malang. Dari faktor di atas maka saran yang dapat peneliti berikan adalah agar Perguruan Tinggi yang ada di Surabaya dan Malang dapat memperhatikan Mahasiswa/i Tanimbar dengan bisa memberikan beasiswa bagi Mahasiswa/i tanimbar yang berprestasi dan dapat memberikan potongan biaya kuliah karena kondisi ekonomi di daerah Tanimbar yang belum terlalu baik.

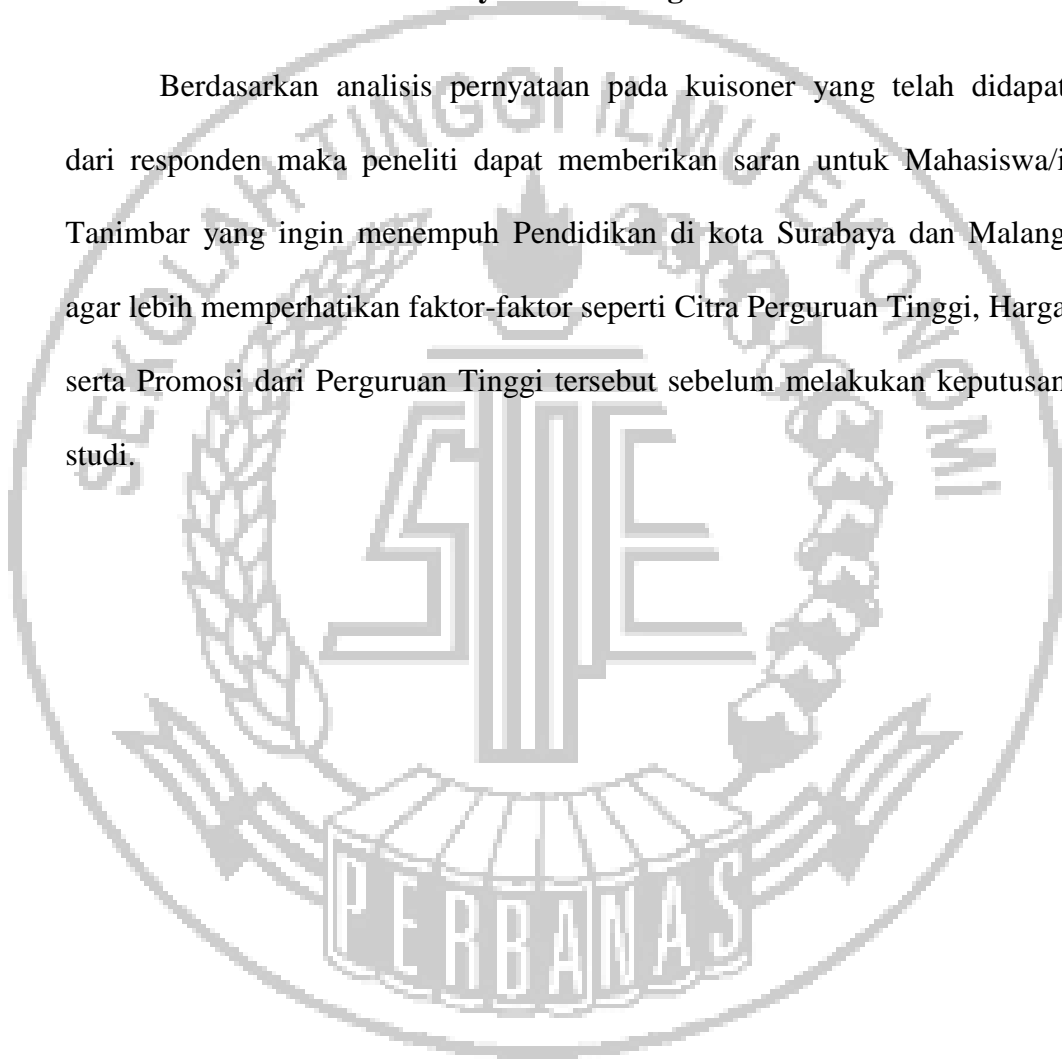
B. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.

1. Saran bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan studi yaitu seperti kualitas kampus, kualitas layanan, pengaruh mouth of mouth
2. Saran untuk peneliti selanjutnya untuk menambah butir pernyataan pada kuisioner dari jurnal lain sehingga dapat mencakup keseluruhan variabel dalam penelitian ini.

3. Peneliti selanjutnya perlu menambahkan responden yang dari perguruan Tinggi lain sehingga dapat memperoleh data yang lebih akurat.

C. Saran Untuk Mahasiswa/i Tanimbar yang Ingin Menempuh Pendidikan di Kota Surabaya dan Malang.

Berdasarkan analisis pernyataan pada kuisioner yang telah didapat dari responden maka peneliti dapat memberikan saran untuk Mahasiswa/i Tanimbar yang ingin menempuh Pendidikan di kota Surabaya dan Malang agar lebih memperhatikan faktor-faktor seperti Citra Perguruan Tinggi, Harga serta Promosi dari Perguruan Tinggi tersebut sebelum melakukan keputusan studi.



DAFTAR RUJUKAN

- Basu Swastha dan Kolter, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Pemerintah Kabupaten Maluku Tenggara Barat, data kelulusan UN SMA dan SMK tahun 2013-2014
- Fransisco Febriandy lopez 2015 Penelitian terdahulu : Pengaruh citra perguruan tinggi, Kualidasa layanan dan kesadarn harga terhadap keputusan studi mahasiswa Indonesia timur di Surabaya. (2015)
- Frandy Tjiptono 2008:151 Strategi Bisnis Pemasaran.
- Gupta, Boddewyn dan Nessli *Review the Impact of Advertising and Sale Promotion on Brand Equity*. *Journal of Business Studies Quanterly* 2012, Vol, No, 1, pp.64-7
- Ibnu Suketjo 2007 Pengantar Bisnis Modern
- Imam Ghozali 2013 Aplikasi Analisis Multivatiatie Program IBM SPSS
- J. Setiandi, Nugroho, 2013, “ *Perilaku konsumen Konsep dan Imlikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*” . Jakarta:Kencana
- Kendiknas 2003 Badan penelitian dan pembangundan *The primary years program (PYP), the middle years (MYP) , the diploma program, (DP)*,
- Kolter, Philip, dan G. Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Lee, K 2008. Opportunitiesnfor Green Marketing Young Consumers. *Marketing Intelegence and Planing* 26:573-586
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. . Jakarta: Salemba
- Ni Made Rahayu Wulandari dan I Ketut Nurcahya2015, *celebrity endoser, Brand Image, Brand trust*
- Nur Achida, M Mukery Wasro, Leonardo Budi Hasional 2016. Pengaruh Promosi, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Mio GT di Wakeri-Kendal. *journal of management, volume 2 no.2 Maret 2016*
- Norazah Moch. Suki *IJAPS, Vol 9, No. 2 (Juli 2013) : Green Awarnes Effect On Consumer’s Purchasing Decision : some Insights From Malaysia*”
- Noor.Juliansyah 2011:147 Metode Penelitian (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2011
- Rangkuti, Freddy 2002. Measurig Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi meningkatkan Kepuasan Pelanggandan Analisis Kasus PLN-JP.PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, 2014 *Metode penelitian Manajemen, (Mixed Methods) Penelitian tindakan (Action Reach), statistik sampe 67*. Bandung: Alfabeta

Tandjung,J.W.,. 2004, *Marketing Management : Pendekatan pada nilai-nilai pelanggan* , Edisi kedua, Cetakan kedua, Bayumedia, Publishing, Malang

Tjiptono, F., dan Chandra, G., 2005 *Service Quality & Satisfaction*, Edisi Satu, Penerbit Andi, Yogyakarta

Utami, C.W.,. 2010, *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern* , Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Peter, J. Paul dan C, Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 1. Edisi . Jakarta. Salemba Empat.

VanVoorhis, C.R. Wilson,dan Betsy L. Morgan. 2007. “Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes”. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*. Vol.3, No.2, Pp.-43-50.

