

BAB V

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi *product* +0,554 serta nilai signifikansi 0,002 ($0,002 < 0,05$). Artinya *product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta. Dengan demikian, H_1 terbukti.
2. *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar +0.208 dan nilai signifikansi sebesar 0,039 ($0,039 < 0,05$). Dengan demikian, H_2 terbukti.
3. *Place* tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi swasta. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar +0,154 tetapi nilai signifikansi 0,082 ($0,082 > 0,05$). Dengan demikian, H_3 tidak terbukti.
4. *Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar +0,381 dan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_4 terbukti.
5. *People* tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi swasta. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar

+0,157 tetapi nilai signifikansi 0,204 ($0,204 > 0,05$). Dengan demikian, H_5 tidak terbukti.

6. *Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar +0,473 dan nilai signifikansi 0,003 ($0,003 < 0,05$). Dengan demikian H_6 terbukti.
7. *Physical evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar +0,264 dan nilai signifikansi 0,014 ($0,014 < 0,05$). Dengan demikian, H_7 terbukti.
8. Secara bersama-sama ada pengaruh bauran pemasaran jasa (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta sebesar 0,595 atau sebesar 59,5%. Dengan demikian, H_8 terbukti.
9. Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,585 artinya Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen adalah 58,5%, dan sisanya 41,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil uji t secara parsial terhadap variabel *product, price, promotion, process, dan physical evidence* berpengaruh positif dan signifikan, sehingga variabel

bauran pemasaran jasa yang digunakan dalam penelitian ini paling banyak mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta. Oleh sebab itu, perguruan tinggi swasta harus memperhatikan, meningkatkan, dan mengoptimalkan semua aspek terkait variabel-variabel yang membujuk mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta, agar nantinya tercapai visi dan misi perguruan tinggi swasta, sehingga akan semakin dapat meningkatkan jumlah mahasiswa perguruan tinggi swasta dan dapat bersaing dengan perguruan tinggi swasta yang lainnya.

2. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,585 atau 58,5%, untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat menambahkan beberapa opsi tambahan sebagai berikut:
 - a. Menambah lebih banyak responden dan mengutamakan mahasiswa angkatan baru, agar nantinya mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik secara statistik.
 - b. Menambahkan variabel bebas dalam penelitian agar nantinya dapat diperoleh hasil penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta. contohnya variabel citra merek, pengaruh ekonomi keluarga, dan sebagainya.
 - c. Meneliti perguruan tinggi swasta yang lain, tidak hanya satu perguruan tinggi, namun bisa memakai beberapa perguruan tinggi yang ada di kota tersebut, agar nantinya memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi terkait dengan keputusan mahasiswa dalam memilih.