

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kampus STIE Wira Bhakti.
2. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kampus STIE Wira Bhakti.
3. Lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kampus STIE Wira Bhakti.
4. Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kampus STIE Wira Bhakti.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak kampus STIE Wira Bhakti bisa menjaga dan meningkatkan produk agar dapat menarik minat calon mahasiswa untuk memilih kampus STIE Wira Bhakti. Kampus STIE Wira Bhakti juga perlu memperhatikan program studi yang dikelola supaya lebih kreatif dan lebih memprioritaskan program studi yang berbasis keterampilan khusus sesuai yang dibutuhkan pasar kerja. Hal ini terkait dengan

kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan atau menciptakan pekerjaan sendiri.

2. Disarankan kampus STIE Wira Bhakti tetap menjaga harga atau tarif jasa pendidikan yang diketahui memiliki biaya pendidikan di kampus STIE Wira Bhakti berada di bawah standar Akreditasi B. Mungkin hal ini bisa dijadikan alasan untuk menarik minat calon mahasiswa memilih kampus STIE Wira Bhakti.
3. Diharapkan bagi pengelola kampus STIE Wira Bhakti dapat meningkatkan eksposur kampus, mengingat cukup luasnya Jl. A. P. Pettarani. sehingga dirasa perlu untuk memberikan papan penanda yang jelas atau *landmark*, untuk memudahkan calon mahasiswa kedepannya dapat menemukan lokasi Kampus STIE Wira Bhakti makassar lebih efisien.
4. Agar dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih, maka disarankan agar kampus STIE Wira Bhakti melakukan kegiatan promosi yang sebelumnya belum mereka coba. Hal ini terkait dengan loyalitas pelanggan/konsumen yang sangat berpengaruh terhadap iklan dari mulut ke mulut individu yang mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi bagi penerimanya.

C. Sistematika Penulisan

Secara sistematis, hasil dari penelitian ini terdiri atas V bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan pembahasan tentang Tinjauan Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Konseptual Penelitian, dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab mengemukakan tentang Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel, Metode Analisis Data serta Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel Penelitian

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari data yang telah diperoleh.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang akan diperoleh dari hasil penelitian. Bagian akhir terdapat daftar pustaka dan lampiran