

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran mengenai orang (*people*) sebagai pelaku dalam pelaksanaan seleksi penerimaan mahasiswa baru yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom secara umum telah dinilai “Baik”, terutama pada penampilan/kerapihan pegawai dalam proses pelaksanaan penerimaan seleksi mahasiswa baru, begitu pula dengan tingkat kemampuan dan kecepatan pegawai dalam pemecahan masalah pada saat proses pendaftaran dan seleksi.
2. Gambaran mengenai sarana/bukti fisik (*physical evidence*) sebagai sarana penunjang dalam pelaksanaan penerimaan mahasiswa baru yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom secara umum telah dinilai “Baik”, terutama pada bentuk formulir pendaftaran yang flexible yaitu terdapat beberapa pilihan program studi dan beberapa pilihan perguruan tinggi yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom.
3. Gambaran mengenai proses (*process*) dalam pelaksanaan penerimaan mahasiswa baru yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom secara umum telah dinilai “Baik”, terutama pada tingkat ketepatan waktu pelaksanaan penerimaan mahasiswa baru dan tingkat kemudahan dalam mendapatkan informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan penerimaan.
4. Gambaran mengenai keputusan pembelian calon mahasiswa untuk mengikuti seleksi pada perguruan tinggi yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom secara umum telah dinilai

Baik, namun demikian masih ada responden yang memberikan tanggapan kurang baik dan tidak baik serta yang memberikan tanggapan ragu-ragu dalam hal ini menunjukkan perlunya perhatian pada dimensi-dimensi ataupun indikator-indikator yang kurang baik dalam pelaksanaannya.

5. Pengaruh orang, bukti fisik dan proses terhadap keputusan pembelian calon mahasiswa untuk mengikuti seleksi pada perguruan tinggi yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom sebesar 31.50% yang artinya orang, sarana/bukti fisik, dan proses, mempengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk mengikuti seleksi sebesar 31.50%.

5.2. Saran

Berdasarkan penilaian responden terhadap masing-masing faktor yang diteliti, maka hal-hal yang perlu mendapat perhatian bagi panitia seleksi penerimaan mahasiswa baru untuk ditingkatkan atau diperbaiki adalah sebagai berikut :

1. Bagi panitia seleksi penerimaan mahasiswa baru bersama Telkom :
 - a. Menurut hasil analisis, bahwa diantara variabel yang diteliti, maka variabel proses paling besar pengaruhnya terhadap keputusan calon mahasiswa untuk mengikuti seleksi pada lembaga pendidikan tinggi yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom, dengan demikian maka variabel proses seleksi perlu lebih ditingkatkan lagi bila dibandingkan dengan kedua variabel yang lain.
 - b. Jika perbaikan hendak ditingkatkan pada setiap faktor, maka menurut hasil analisis deskriptif terdapat beberapa dimensi yang ada pada setiap variabel yang dinilai rendah oleh responden, sehingga perlu ditingkatkan atau diperbaiki oleh panitia seleksi penerimaan mahasiswa baru antara lain :
 - 1) Pada faktor orang/pegawai yaitu agar meningkatkan tingkat pengetahuan pegawai terutama mengenai prosedur

pelaksanaan penerimaan Seleksi Mahasiswa Baru khususnya bagi panitia yang secara langsung berhubungan dengan calon mahasiswa yang akan mengikuti seleksi

- 2) Pada faktor bukti fisik yaitu agar meningkatkan bentuk disain fasilitas-fasilitas bangunan kampus yang selama ini belum tertata dengan baik dan masih terdapat di beberapa lokasi, agar bisa dilakukan dengan cara menata kampus dan menyatukan kampus dalam satu lokasi.
- 3) Pada faktor proses yaitu agar meningkatkan tingkat kecepatan pemberitahuan hasil seleksi penerimaan Seleksi Mahasiswa Baru antara lain dengan cara pemberitahuan melalui Website (menambah bandwidth), juga tingkat kemudahan dalam mengisi formulir pendaftaran penerimaan Seleksi Mahasiswa Baru Bersama Telkom (SMBB Telkom) antara lain dengan pendaftaran secara online (tidak dengan manual).

2. Bagi peneliti yang lain

Dengan melihat relatif besarnya pengaruh faktor-faktor yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, maka bagi peneliti lain hendaknya dapat menguji beberapa faktor lain yang diperkirakan terkait erat dengan keputusan calon mahasiswa untuk mengikuti seleksi pada lembaga lembaga pendidikan yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari (2005) *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan* - Bandung : Penerbit CV. Alfabeta.

Alma, Buchari (2004) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* - Bandung : Penerbit CV. Alfabeta.

Basu, Swasta dan Ibnu Sukotjo (2002) *Pengantar Bisnis Modern* - Yogyakarta : Penerbit Liberty.

Djaslim, Saladin (2002) *Manajemen Pemasaran* - Bandung : Penerbit Mundur Maju

Fandy, Tjiptono (2001) *Strategi Pemasaran* - Yogyakarta : Penerbit PT. Andi

Fandy, Tjiptono (2004) *Manajemen Pemasaran Jasa* - Yogyakarta : Penerbit PT. Andi

Harun, Al-Rasyid (2001) *Statistik Sosial* – Bandung, Universitas Pajajaran (UNPAD)

Jöreskog, Karl G. & Dag Sörbon (2004) LISREL 8.70 Lincolnwood USA : Scientific Software International, Inc.

Kotler, Philip dan Kevin Lone Keller (2006) *Marketing Managemen 12nd* Edition New Jersey : Printice Hall, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2006) *Principle Of Marketing* eleventh Edition Newyork : Prentice-Hall International, Inc.

Kotler, Philip (2002) *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (Edisi Milenium)*, Terjemahan: Hendra Teguh et. al. Jakarta : Penerbit PT. Prenholindo

- Kotler, Philip dan Kosen A. Trox (1995) *Strategic Marketing For Educational Institutions 2nd Edition* New Jersey Prentice-Hall International, Inc.
- Lovelock, Christopher H. (2001) *Service Marketing 2nd Edition* New Jersey : Prentice- Hall, inc.
- Lovelock, C. and Wright, L., 2002. *Principles Of Service Marketing And Management*. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Moh, Natsir (1999) *Metodologi Penelitian* Jakarta : Penerbit Galia Indonesia
- Nana, Sudjana (2001) *Tuntutan Penyusunan Karya Ilmiah : Makalah, Skripsi-Tesis, Desentasi*. Edisi Lerenom Bandung : Sinar Baru Algersindo
- Nirwara, SK. Sitepu (1994) *Analisa Jalur (Path Analysis)*. Unit Pelayanan Statistika FMIPA Universitas Padjadjaran. Bandung.
- Parasuraman, A et.al. (1998) USERUQUAL : *Multiple-Item Scale For Measuring Consumen Perceptions Of Service Quality Journal Of Retailing*, Vol. 64, No 1, 12-40.
- Parasuraman, et. al (1990) *Delivering Service Quality* Newyork : The Free Press
- Rambat, Lupiyoadi (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Russel, Marilyn (2005) *Marketing Education : "A Review Of Service Quality Perceptions Among International Student"* International Journal Of Contemporary Hospitality Management, Vol. 17, No 1. PP. 55-67
- Stanton, William (1996) *Prinsip Pemasaran*, Edisi 7, Jilid 1 dan 2, Terjemahan : Yohanes Lamarto Jakarta : Penerbit Erlangga
- Sugiono (2001) *Metode Penelitian Administrasi*, Cetakan kedua Bandung : Penerbit CV. Alfabeta

- Sugiono (2004) *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan ketiga. Bandung : Penerbit CV. Alfabeta
- Sugijama, Gima, 2008. *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen*. Guardaya Intimarta. Bandung.
- Suharsimi, Arikunto (2002) *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek* Edisi Revisi V. Jakarta : Penerbit PT.Rineka Cipta
- Suharto dan Tata Iryanto (1995) *Kamus Bahasa Indonesia*. Surabaya : Penerbit Indah
- Sutisna (2001) *Prilaku Konsumen dan komunikasi Pemasaran*, Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Indonesia
- Teguh, Iman Basuki (2008), *Pengaruh Bauran Pemasaran Yang Diperluas (Extended Marketing Mix) Terhadap Keinginan Mahasiswa Untuk Merekomendasikan Kuliah Pada STIE Ekuitas Bandung*
- Universitas Widyatama (2005) *Panduan Thesis MM, Fakultas Bisnis dan Manajemen Program Universitas Widyatama Bandung Tesis Magister Manajemen Universitas Widyatama Bandung*. Tidak dipublikasikan.
- Yazid M. (1999) *Pemasarn Jasa : Konsep dan Implementasi*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Ekanesia FE UII
- Yayasan Pendidikan Telkom (YPT). *Laporan Tahunan Lembaga 2006-2009*
- Zeithaml, Valarie A. et.al, (2006) *Service Marketing Integrating Costumer Fokus Across the Firm*, Fourth Edition. Singapore, Mc Grow Hill Companies, Inc