

BAB V

PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

5.1 Hasil Temuan Deskriptif

Hasil temuan deskriptif yang disajikan di bab IV mengenai faktor-faktor yang dianggap penting oleh mahasiswa untuk tetap melanjutkan kuliah di Universitas Widyatama. Menunjukkan bahwa faktor yang dianggap penting oleh mahasiswa dari ketujuh unsur marketing mix adalah *physical evidence*, karena mendapatkan persentasi paling tinggi yaitu sebesar 30%, dan yang kurang mendapatkan perhatian dari mahasiswa adalah *People* dengan jumlah persentasi sebesar 3%.

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui urutan dari ketujuh unsur *marketing mix* yang dianggap penting oleh mahasiswa untuk melanjutkan kuliah di Universitas Widyatama. faktor utama yang dianggap penting oleh mahasiswa adalah *physical evidence*, mahasiswa memilih *physical evidence* karena gedung perkuliahan yang cukup nyaman, sarana parkir yang luas, sarana olah raga yang disediakan, gedung perpustakaan yang luas, tersediannya taman, dan lain sebagainya. Unsur *marketing mix* yang kedua adalah *Product*, mahasiswa yang menjawab *product* sebagai alasan mereka untuk tetap melanjutkan kuliah di Universitas Widyatama adalah karena akreditasi, lulusannya mudah bekerja, banyak dosen ahli dan mahasiswa yang dihasilkan mampu bersaing dengan Universitas lain. Unsur *marketing mix* yang ketiga adalah *place*, mahasiswa menjawab *place* karena mereka mereka melihat lokasi Universitas Widyatama dekat dengan pusat kota, mudah dilalui kendaraan umum dan dekat dari rumah. Unsur *marketing mix* yang keempat adalah *promotion*, mahasiswa banyak memperoleh

informasi mengenai Universitas Widyatama dari teman dan keluarga mereka. Unsur *marketing mix* yang kelima adalah *process*, mahasiswa menjawab *process* karena USM nya mudah, unsur yang keenam adalah *Price*, mahasiswa menjawab *price* karena biaya perkuliahan dirasakan cukup terjangkau tidak terlalu mahal, dan unsur *marketing mix* yang ketujuh adalah *people*, mahasiswa memilih *people* karena staf-staf yang bekerja di Universitas Widyatama ramah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pihak Universitas Widyatama dapat melihat berbagai faktor yang dianggap penting oleh mahasiswa untuk tetap melanjutkan kuliah di Universitas Widyatama, dari yang paling mendapat perhatian paling tinggi sampai yang kurang mendapat perhatian rendah, sehingga pihak Universitas Widyatama diharapkan dapat menyusun langkah-langkah untuk penerapan *marketing mix* yang tepat untuk kedepannya, karena penerapan *marketing mix* yang tepat akan membantu Universitas untuk mampu bersaing dengan perguruan tinggi lain di Daerah Kopertis IV.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengalami beberapa keterbatasan, walaupun penulis telah berupaya semaksimal mungkin dengan berbagai usaha untuk membuat hasil penelitian bisa menjadi sempurna. Penulis menyadari bahwa keterbatasan penelitian ini antara lain :

1. Penelitian ini hanya melibatkan mahasiswa jurusan Akuntansi dan Manajemen angkatan 2009-2010 saja dalam penyebaran kuesionernya.

2. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode eksplorasi, metode ini berbeda dengan penelitian-penelitian lainnya karena metode eksplorasi dilakukan untuk mencari variable-variabel, atau faktor-faktor yang terdapat pada satu fenomena tertentu saja, selain itu penelitian dengan menggunakan metode eksplorasi hanya dilakukan apabila belum terlalu banyak informasi yang didapat pada suatu fenomena tertentu.
3. Kemungkinan pemahaman responden yang berbeda atas pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner, karena responden memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam pengisian kuesioner.
4. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan teknik statistik deskriptif saja, sehingga data yang didapat harus benar-benar valid.

5.3 Saran

Mengingat pentingnya penerapan marketing mix dalam suatu organisasi atau perusahaan, Universitas Widyatama harus mampu menerapkan ketujuh unsur marketing mix dengan lebih baik, sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain. Berdasarkan temuan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat dikemukakan , antara lain :

1. Pengimplementasian *marketing mix* yang tepat akan mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa, karena dengan dipenuhinya kebutuhan mahasiswa akan dapat mempertahankan jumlah mahasiswa yang telah ada, dan untuk kedepannya dapat meningkatkan jumlah mahasiswa.
2. Dengan mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh mahasiswa untuk tetap melanjutkan kuliah di Universitas Widyatama, maka pihak Universitas

Widyatama harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan ketujuh urutan *marketing mix* yang dianggap penting oleh mahasiswa untuk melanjutkan kuliah di Universitas Widyatama terutama faktor yang paling menjadi prioritas bagi mahasiswa seperti *physical evidence* yang mendapat perhatian paling besar dari mahasiswa.

3. Pengurutan ketujuh unsur *marketing mix* tersebut dapat membantu memberikan gambaran kepada pihak Universitas Widyatama, untuk mengetahui faktor-faktor yang kurang mendapatkan perhatian dari mahasiswa. Sehingga dapat membantu pihak Universitas Widyatama dalam menyusun langkah-langkah yang akan dilakukan untuk pengambilan keputusan yang berhubungan dengan *marketing mix*.
4. Dengan pengurutan ketujuh unsur *marketing mix* tersebut diharapkan dapat membantu pihak Universitas Widyatama dalam mengintropeksi kelebihan-kelebihan dan kekurangan yang dimiliki selama ini. Dan mampu memperbaiki bahkan meningkatkan kelebihan dan kekurangan tersebut agar lebih baik lagi.

5.4 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian faktor utama yang paling penting bagi mahasiswa untuk tetap melanjutkan kuliah di Universitas Widyatama adalah *Physical evidence*, seperti gedung perkuliahan yang nyaman, sarana olah raga yang tersedia, lapangan parkir yang luas, gedung perpustakaan yang nyaman, dan tersedianya taman. Tentunya hal ini

harus tetap dipertahankan atau bahkan lebih ditingkatkan lagi untuk dapat mempertahankan dan menambah jumlah mahasiswa yang sudah ada. Faktor kedua yang dianggap penting oleh mahasiswa untuk tetap melanjutkan kuliah di Universitas Widyatama adalah *product*, faktor ketiga *place*, faktor keempat *promotion*, faktor kelima *process*, faktor keenam *price* dan yang kurang mendapat perhatian adalah *people*.

2. Menurut persepsi mahasiswa faktor yang kurang mendapat perhatian di Universitas Widyatama adalah *people*, jawaban mahasiswa diantaranya yaitu staf-staf yang menangani layanan mahasiswa cukup ramah, dosen yang berkualitas, serta pelayanan-pelayanan yang diberikan cukup baik. Hal ini kurang mendapat perhatian dari mahasiswa.
3. Penelitian ini menemukan bahwa dari beberapa unsur *marketing mix*, yang diberikan oleh pihak Universitas Widyatama. terdapat penilaian yang cukup signifikan oleh mahasiswa mengenai pengimplementasian *marketing mix* di Universitas Widyatama, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya urutan faktor-faktpr tersebut antara lain adalah : *physical evidence, product, place, promotion, process, price* dan yang terakhir adalah *people*
4. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan dalam penilaian yang dilakukan mahasiwa jurusan Akuntansi dan mahasiswa jurusan Manajemen, dalam penelitian ini mahasiswa jurusan Akuntansi menganggap bahwa faktor utama yang paling penting adalah *product*, sedangkan bagi mahasiswa jurusan Manajemen faktor utama yang dianggap penting oleh mahasiswa adalah *Physica levidence*.