

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan hipotesis yang telah di uji, ditemukan bahwa Strategi jasa pendidikan dan kepuasan layanan memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat peserta didik masuk ke sekolah, maka dapat ditarik kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian di MTs Sepatan terbukti terdapat pengaruh antara Variabel Pemasaran dengan variabel minat dengan nilai uji t sebesar 5.208 dengan Probability sebesar 0.000. Sedangkan di MTs Jabal Rachman walaupun nilai uji t sebesar 4.194 dengan Probability sebesar 0.000, jauh lebih kecil dibandingkan MTs Sepatan namun masih tergolong berpengaruh secara signifikan strategi pemasaran terhadap minat pada siswa MTs Jabal Rachman.

Dari hasil penelitian Tesis dari penulis Lathipah yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Jasa Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Memondokkan Anaknya (Studi di Pondok Pesantren Al-Ishlahuddiny dan Nurul Hakim Kec. Kediri Kab. Lombok Barat Provinsi NTB) terdapat pengaruh yang signifikan antara Variabel Promosi jasa pemasaran terhadap variabel Minat sebesar 1.965 dengan Probability sebesar 0.000. Jika dibandingkan dari hasil Penelitian Peneliti nilainya lebih lebih besar peneliti namun masih tergolong berpengaruh.

2. Dari hasil penelitian di MTs Sepatan terbukti terdapat pengaruh variabel kepuasan Layanan terhadap variabel minat dengan nilai uji t sebesar 4.073. Sedangkan di MTs Jabal Rachman walaupun nilai uji t sebesar 3.600 jauh lebih kecil dibandingkan MTs Sepatan namun masih tergolong berpengaruh secara signifikan kepuasan layanan terhadap minat pada siswa MTs Jabal Rachman.

Dari hasil penelitian Tesis dari penulis Lathipah yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Jasa Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Memondokkan Anaknya (Studi di Pondok Pesantren Al-Ishlahuddiny dan Nurul Hakim Kec. Kediri Kab. Lombok Barat Provinsi NTB) terdapat pengaruh yang signifikan antara Variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Minat sebesar 4.295. Jika dibandingkan dari hasil Penelitian Peneliti nilainya lebih kecil namun masih tergolong berpengaruh.

3. Dalam hal ini hasil analisis pengaruh strategi pemasaran dan kepuasan layanan terhadap minat pada siswa MTs Sepatan itu sebesar 0.550. Dengan demikian strategi pemasaran memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap minat pada siswa MTs Sepatan. sedangkan hasil analisis di MTs Jabal Rachman sebesar 0.498. Dengan demikian strategi pemasaran di MTs Jabal Rachman juga memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap minat pada siswanya.

Koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan oleh model regresi pengaruh strategi pemasaran dan kepuasan layanan terhadap minat pada siswa MTs Jabal Rachman sebesar 72.0%, atau dengan kata lain kontribusi strategi pemasaran dan kepuasan layanan terhadap minat pada siswa MTs Jabal Rachman sebesar 72.0%, sedangkan sisanya sebesar 28.0% merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sedangkan untuk koefisien determinasi (R^2) MTs Sepatan sebesar 90.0%, atau dengan kata lain kontribusi strategi pemasaran dan kepuasan layanan terhadap minat pada siswa MTs Sepatan sebesar 90.0%, sedangkan sisanya sebesar 10.0% merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

C. Saran

Untuk pihak MTs Jabal Rachman dan Mts Sepatan

- 1) Perlu adanya pengawasan terhadap berjalannya strategi pemasaran melalui evaluasi kinerja.

- 2) perlu untuk lebih meningkatkan kualitas, menjalin kerjasama yang baik dengan lingkungan khususnya lingkungan segmen pasar, dan melakukan pengembangan program pendidikan yang kreatif serta inovatif.
- 3) Fokus kepada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan kegiatan pemasaran yang efektif.

Untuk Peneliti

- 1) Diharapkan pada penelitian selanjutnya responden yang digunakan tidak hanya melibatkan siswa, tapi juga wali siswa.
- 2) Berkaitan dengan Pemasaran untuk jenis pertanyaannya lebih ditekankan pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.
- 3) Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya yang meneliti hal serupa bisa menggunakan metode campuran (mix method) yaitu analisis kuantitatif dan kualitatif.