

BAB 7
SIMPULAN DAN SARAN

BAB 7

SIMPUL DAN SARAN

7.1 Simpulan

Berdasarkan tujuan penelitian ini yaitu ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya, melalui proses analisis data dan pembahasan dari hasil pengujian analisis faktor, didapat sembilan faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya. Kesembilan faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Faktor ekstern atau luar yang terdiri dari variabel besarnya SPP, besarnya biaya SKS, jangka waktu pembayaran biaya kuliah, faktor coba-coba, sebagai alternatif lain. Dari faktor ekstern atau faktor luar ini variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya adalah variabel faktor coba-coba untuk masuk kuliah baik di jurusan Akuntansi atau bukan di Unika Widya Mandala Surabaya.
- b. Faktor *Physical Evidence* yang terdiri dari variabel keadaan bangunan kampus, fasilitas yang disediakan, lahan parkir yang tersedia, dan banyak teman yang kuliah di jurusan Akuntansi. Dari faktor *Physical Evidence* ini variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya adalah variabel fasilitas yang disediakan di kampus Unika Widya Mandala Surabaya .

- c. Faktor promosi yang terdiri dari variabel publikasi di surat kabar, brosur mengenai jurusan, website mengenai jurusan dan adanya beasiswa. Dari faktor promosi ini variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi UWM adalah variabel publikasi di surat kabar dan brosur mengenai jurusan yang disediakan di kampus Unika Widya Mandala Surabaya.
- d. Faktor produk yang terdiri dari variabel status akreditasi A, jurusan favorit, image jurusan, keinginan pribadi. Dari faktor produk ini variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya adalah variabel jurusan favorit.
- e. Faktor proses yang terdiri dari variabel lokasi kampus, spanduk mengenai jurusan, kinerja karyawan pada kegiatan akademik, kecepatan kelulusan. Dari faktor proses ini variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya adalah variabel kinerja karyawan pada kegiatan akademik.
- f. Faktor biaya yang terdiri dari variabel keberhasilan alumni, besarnya uang pangkal, adanya saudara yang kuliah di jurusan. Dari faktor biaya ini variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya adalah variabel besarnya uang pangkal.
- g. Faktor rekomendasi yang terdiri dari variabel rekomendasi dari teman dan dosen yang baik. Dari faktor rekomendasi ini variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya adalah variabel rekomendasi dari teman.

- h. Faktor *personal traits* yang terdiri dari variabel cara mengajar dosen dan adanya pacar yang kuliah di jurusan. Dari faktor *personal traits* ini variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya adalah variabel cara mengajar dosen.
- i. Faktor pemondokan yang terdiri dari variabel tempat tinggal/kost di sekitar kampus. Dari faktor pemondokan ini variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya adalah variabel tempat tinggal/kost di sekitar kampus.

7.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah agar dapat terus meningkatkan kualitas/mutu pendidikan sehingga dapat bersaing dengan universitas lain, hendaknya Unika Widya Mandala Surabaya lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa masuk jurusan akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya. Dalam penelitian ini, faktor eksternal dengan variabel yang paling mempengaruhi faktor coba-coba wajib diperhatikan sebab hal ini berarti bahwa banyak mahasiswa yang masuk jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya belum memiliki persepsi yang baik mengenai jurusan Akuntansi tersebut. Untuk itu disarankan adanya beberapa perbaikan, yaitu:

1. Jurusan Akuntansi Unika Widya Mandala Surabaya hendaknya lebih menonjolkan promosi di media seperti publikasi ilmiah, keberhasilan alumni di dunia kerja, diadakan banyak acara yang diprakarsai oleh jurusan, metode

pengajaran dosen yang lebih diaplikasikan kepada praktek. Dengan demikian masyarakat dapat memiliki persepsi yang lebih baik lagi.

2. Fasilitas gedung dan kelas yang ada lebih diperhatikan dan dilakukan beberapa peningkatan kualitas, diantaranya seperti kantin dengan penjual yang lebih banyak, fasilitas OHP diperbaiki menjadi lebih terang, tampilan website, lahan parkir diperbaiki sehingga tidak berdebu.
3. Penambahan koleksi buku di perpustakaan sehingga mahasiswa dapat memiliki referensi yang lebih banyak lagi.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alama, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____ 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Cravens, David W. & Piercy, Nigel F. 2003. *Strategic Marketing* (7th ed). New York: McGraw Hill Companies, Inc.
- Goncalves, Karen P. 1998. *Service Marketing A Strategic Approach*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Edisi kelima, Jilid I. Erlangga, Jakarta.
- _____ 1997. *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th ed). New Jersey: Prentice Hall International.
- _____ 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 1996. *Principles Of Marketing* (7th ed). New Jersey: Prentice hall International.
- _____ 2004. *Principles Of Marketing* (10th ed). New Jersey: Pearson Education.
- Lanchester, Geoff & Massingham, Lester. 1999. *Essentials of Marketing* (3rd ed). UK: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Lovelock, Christopher. 2001. *Service Marketing* (4th ed). United States of America: Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher & Wright. 1999. *Principles Of Service Marketing And Management* (International Edition). New Jersey: Pearson Education.
- Maholtra, Naresh K. 1996. *Marketing Research*. Prentice-Hall, Inc. New Jersey. 1996.
- Ndraha, Taliziduhu. 1984. *Manajemen Perguruan Tinggi*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Palmer, Adrian. 1998. *Priciples Of Service Marketing* (2nd ed). United Kingdom: McGraw Hill International Limited.

- Payne, Andrian. 1993. *The Essence Of Service Marketing*. UK: Prentice Hall International Ltd.
- Robbins, Stephen P. 2001. *Perilaku Organisasi*, Edisi kedelapan, Jilid 1. PT Prenhallindo, Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2006. *Menggunakan SPSS Untuk Statistik Multivariat*. PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior* (7th ed). Prentice Hall International Inc., New York.
- Setyawati, Liza. 2003. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Mie Instant Indomie*. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Sigit, Soehadi. 1992. *Peranan Masalah dan Hipotesis Dalam Skripsi dan Penelitian*. Yogyakarta: STIE Gama.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: ANDI.
- _____ 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithaml, Valerie A., Parasuraman, A. & Leonard L.Berry. 1990. *Delivery Quality Service: Balancing Customer Perception and Expection*. New York: The Free Press.
- Zeithaml, Valerie A. & Bitner, Mary Jo. 2003. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm* (3rd ed). New York: McGraw-Hill.