

Bab 5

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan atas analisis hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab terdahulu, maka di peroleh beberapa kesimpulan.

1. Berdasarkan atas hasil pengujian dengan menggunakan methode Full Regression secara serentak di ketahui bahwa variabel Produk, Place, Price, Promotion, Personal Trait, Process dan Physical Evidence berpengaruh nyata terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, karena F ratio lebih besar dari F tabel dan probabilitasnya lebih kecil dari 5% dengan kontribusi sebesar 79,88%. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan oleh peneliti terbukti kebenarannya, sehingga hipotesis pertama diterima.
2. Berdasarkan atas hasil pengujian secara parsial terbukti bahwa variabel produk berpengaruh paling dominan terhadap keputusan mahasiswa, karena kontribusi yang diberikan sebesar 45,93%. Secara berurutan kontribusi yang diberikan dari masing-masing variabel marketing mix jasa terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya adalah : Produk (X1) 45,93 %, Physical evidence (X7) 35,86 %, Personal Traits (X5) 35,11 %, Palce (X2) 6,78 %, Promotion (X4) 5,07 %, Process (X6) 0,62% dan Price (X3) 0,52%. Dengan demikian hipotesis ke dua yang

diajukan dalam penelitian ini terbukti kebenarannya, sehingga hipotesis kedua di terima.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka saran yang dapat di ajukan oleh peneliti adalah:

1. Lebih Memperhatikan dan meningkatkan lagi produk, physical Evidence, Personal Traits, Place, dan Promotion dengan cara lebih meningkatkan kualitas pendidikan, menambah fasilitas, keamanan dan kenyamanan mahasiswa belajar, serta pelayanan yang diberikan oleh para dosen dan karyawan.
2. Lebih memperhatikan hubungan antara atasan, karyawan, dosen, dan para mahasiswa sehingga terjalin hubungan kerja sama satu dengan yang lainnya, dan akhirnya dapat meningkatkan kualitas dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhanari, M., 1998, *Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Perguruan Tinggi*, Surabaya.
- Assael, Henry, 1995, *Consumer Behavior and Marketing Action*, 5th Edition, South Western College Publishing Cincinnati, Ohio.
- Berkowitz, Eric N., et al, 1986, *Marketing*, St Louis Toronto, Santa Clara.
- Buchari Alma., 1992, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Emory, William C. & Cooper Donald R, 1991, *Business Research Methods*, 4th Edition, Richard D. Irwin Inc., USA
- Engel, J.F. Roger D Blackwell & Paul W. Miniard, 1990, *Cosumer Behavior*, 6th Edition, The Dryden Press, Chicago.
- Gujarati, Damodar, 1991, *Basic Econometrics*, Mc Graw-Hill International Book Company, Tokyo.
- Kantor Koordinasi perguruan Tinggi Swasta Wilayah VII Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, 1997/ 1998, *Direktori Dan Profil Kampus*, Surabaya.
- Kotler, Philip, 1993, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian*, Edisi Kelima, (terjemahan Jaya Wasana), Jilid I Erlangga, Jakarta.
- Loudon, David B & Della Bitta, Albert J, 1984, *Consumer Behaviour: Concepts And Application*, Second Edition, Mc. Graw Hill Inc, Singapore.
- Pawitra T., 1996, *Sistem Pemasaran Jasa Menjelang Era Tahun 2000, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan, Majalah*, Manajemen Usahawan Indonesia, Edisi Desember.
- Payne, Andrian, 1993, *The Essence Of Service Marketing*, Prentice Hall Inc Ltd., USA.

- PSCM, 1998, ***Laporan Rektorat Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Dan Pengajaran***, UNIKA WM, Surabaya.
- PSCM, 1999, ***Buku Panduan Ospek Mahasiswa Tahun Akademik 1999/2000***, UNIKA WM, Surabaya.
- Schiffman, Leon.G & Leslie Lazar Kanuk, 1983, ***Consumer Behaviour***, 2th Edition, Prentice Hall Inc, New Jersey.
- Stanton, William J, 1981, ***Fundamental Of Marketing***, Sixth Edition, Mc. Grow Hill Inc, Tokyo.
- Swasta B, & T. Hani Handoko, 1982, ***Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen***, Edisi I, Cetakan I, Liberty, Yogyakarta.
- Taliziduhu, Ndraha, 1988, ***Manajemen Perguruan Tinggi***, Cetakan I, Bina Rupa Aksara, Jakarta.

