

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakuakn pada penelitian di Lembaga Pendidikan Primagama Kolonel H. Burlian KM 5, Kota Palembang, dengan menggunakan Analisis Regresi Berganda dapat diketahui besarnya pengaruh variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi terhadap keputusan konsumen untuk memilih tempat bimbingan belajar. Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil pengujian secara simultan (Uji F) diperoleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan konsumen dalam memilih bimbingan belajar di Lembaga Pendidikan Primagama. Hal ini dapat dilihat pada (Uji F), F hitung sebesar 8,701 dengan tingkat signifikasi 0,000, karena nilai signifikasi lebih kecil dari pada 0,05 atau 5%, maka dikatakan keempat variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat bimbingan belajar.
2. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) dapat diketahui dimensi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan untuk memilih bimbingan belajar pada Lembaga Pendidika Primagama yaitu faktor budaya sebesar 0,153 atau 15,3%, faktor sosial sebesar -0,006 atau -0,6%, faktor pribadi sebesar 0,120 atau 12% dan faktor psikologi sebesar 0,424 atau 42,4%. Ternyata Uji t (secara sendiri-sendiri) didapat 3 variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen untuk memilih tempat bimbingan belajar yaitu faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi.
3. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa faktor psikologi merupakan variabel yang paling dominan dan variabel yang paling banyak mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih bimbingan belajar dengan tingkat pengaruh sebesar 42,4%.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan atau pihak lain yang berkepentingan. Adapun saran yang diberikan antara lain:

1. Pihak Lembaga Pendidikan Primagama harus lebih memperhatikan faktor sosial yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen, dikarenakan faktor ini adalah faktor yang paling kecil mempengaruhi keputusan konsumen. Upaya yang dapat dilakukan seperti meningkatkan lagi sosialisasi kepada masyarakat dengan mengadakan seminar umum dipusat keramaian mengenai Lembaga Pendidikan Primagama serta memaparkan keunggulan-keunggulan yang ada. Sehingga lembaga dapat dikenal luas oleh masyarakat dan mereka akan mendorong anak-anaknya untuk mengikuti bimbingan belajar di Lembaga Pendidikan Primagama.
2. Lembaga Pendidikan Primagama perlu memperhatikan faktor pribadi dan faktor budaya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dikarenakan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen untuk memilih tempat bimbingan belajar di Lembaga Pendidikan Primagama tidak terlalu besar. Upaya yang harus dilakukan adalah meningkatkan kualitas lembaga yaitu dengan cara harus memiliki pengajar yang berkualitas, pelajaran yang bertaraf standar UN maupun SNMPTN yang dari tahun ke tahun, dan memberikan penghargaan bagi siswa-siswa yang berprestasi pada sekolahnya masing-masing.
3. Lembaga Pendidikan Primagama hendaknya terus memperhatikan faktor psikologi, karena faktor ini paling dominan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih tempat bimbingan belajar. Upaya yang dapat atau sebaiknya dilakukan adalah sering mengikuti kegiatan lomba kompetensi siswa agar dapat meningkatkan motivasi belajar siswa dan siswa mendapatkan pembelajaran secara tidak langsung melalui kegiatan lomba tersebut serta memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada siswa.