

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Motivasi dalam diri akan mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan karena didasarkan pada dorongan yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan masuk Universitas Kristen Maranatha Bandung. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi dan persepsi apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih universitas, serta sikap yang diambil dalam keputusan masuk Universitas Kristen Maranatha Bandung. Penelitian dilakukan di Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara menggunakan data dari 199 sampel yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen/mahasiswa UK Maranatha. Pengambilan sampel dilakukan di UK Maranatha Bandung. Instrumen ini berdasarkan atas jurnal yang telah diteliti sebelumnya oleh Wahyuni (2008) pada perusahaan produk motor Honda.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini dapat memberikan implikasi kepada perusahaan (universitas) dalam merancang strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen (mahasiswa). Hal utama yang harus

diukur adalah kepuasan konsumen, dan sebaiknya perusahaan (universitas) melakukan uji eksploratori terlebih dahulu untuk mengetahui hal-hal yang menjadi motivasi dan persepsi konsumen, kemudian barulah dilakukan pengukuran kepuasan, karena pada dasarnya tingkat kepentingan satu produk/jasa akan berbeda dengan produk/jasa lainnya bagi seorang konsumen.

5.3 Saran

Saran yang dapat penulis berikan untuk penelitian ini adalah :

- Sebaiknya penelitian berikutnya mengukur lebih dari satu jenis jasa.
- Sebaiknya penelitian berikutnya mencari responden dari universitas lain.
- Pada penelitian berikutnya, sebaiknya dilakukan pencarian sumber informasi yang lebih akurat dalam pengelompokan atau penklasifikasian atribut jasa pendidikan.