

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di *Melbourne English School* Padang. Dimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,169. Nilai koefisien ini signifikan karena nilai $t_{hitung} 2,733 > t_{tabel}$ sebesar 1,66055. Artinya jika harga meningkat satu satuan, maka keputusan konsumen akan meningkat sebesar 0,169 dalam setiap satuannya.
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di *Melbourne English School* Padang. Dimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,240. Nilai koefisien ini signifikan karena nilai $t_{hitung} 4,907 > t_{tabel}$ sebesar 1,66055. Artinya jika lokasi meningkat satu satuan, maka keputusan konsumen akan meningkat sebesar 0,240 dalam setiap satuannya.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di *Melbourne English School* Padang. Dimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,233. Nilai koefisien ini signifikan karena nilai $t_{hitung} 3,648 > t_{tabel}$ sebesar 1,66055. Artinya jika promosi meningkat satu satuan, maka keputusan konsumen akan meningkat sebesar 0,233 dalam setiap satuannya.

4. Proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di *Melbourne English School* Padang. Dimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,673. Nilai koefisien ini signifikan karena nilai $t_{hitung} 4,606 > t_{tabel}$ sebesar 1,66055. Artinya jika proses meningkat satu satuan, maka keputusan konsumen akan meningkat sebesar 0,673 dalam setiap satuannya.
5. Bukti fisik signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di *Melbourne English School* Padang. Dimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,199. Nilai koefisien ini signifikan karena nilai $t_{hitung} 4,499 > t_{tabel}$ sebesar 1,66055. Artinya jika bukti fisik meningkat satu satuan, maka keputusan konsumen akan meningkat sebesar 0,275 dalam setiap satuannya.
6. Harga, lokasi, promosi, proses dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di *Melbourne English School* Padang. Dimana diperoleh nilai $F_{hitung} 40,776 > F_{tabel} 2,31$ dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < = 0,05$. Hal ini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya jika bauran pemasaran jasa meningkat maka keputusan konsumen juga akan mengalami peningkatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mengemukakan saran yang diharapkan dapat bermanfaat dalam meningkatkan hasil belajar manajemen siswa adalah:

- 1) Bagi pihak MES haruslah memberikan harga yang sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan, agar tidak dibandingkan dengan tempat les bahasa inggris lainnya. Karena konsumen mencari harga yang sesuai dengan kualitas yang baik.
- 2) Bagi pihak MES hendaknya mempertimbangkan lokasi dengan jangkauan distribusi yang cocok untuk konsumen karena konsumen sebelum membeli pasti akan mempertimbangkan lokasi atau biaya transportasi untuk menuju ke tempat les MES.
- 3) Bagi pihak MES sebaiknya memanfaatkan kemajuan teknologi sehingga MES dengan cepat diketahui dan dikenal oleh kalangan masyarakat.
- 4) Bagi pihak MES sebaiknya di setiap kelas diberikan hiasan yang memiliki makna / ilmu dan MES juga harus memperhatikan kondisi fisik setiap kelas.
- 5) Bagi Pihak MES seharusnya memberikan proses yang cepat dan mudah agar konsumen tidak merasa dipersulitkan untuk les disana.
- 6) Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topic yang sama disarankan untuk memperhatikan variabel-variabel lain yang diduga turut berperan dan mempengaruhi keputusan konsumen agar tercapai kesempurnaan dalam penelitian selanjutnya.