

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penarikan kesimpulan pada penelitian ini didasarkan kepada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya guna menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah. Analisis dilakukan menggunakan bantuan aplikasi *SmartPLS 4.0* dengan memasukkan data-data yang telah peneliti kumpulkan selama melaksanakan penelitian di UIN Antasari Banjarmasin. Maka peneliti dapat menyimpulkan temuan sebagai berikut:.

- 1) Indikator *personal* pada WOM di UIN Antasari Banjarmasin dapat dikategorikan pada kategori tinggi, karena berdasarkan nilai rata-rata totalnya berada pada angka 3,724.
- 2) Indikator *message characteristics* pada WOM di UIN Antasari Banjarmasin dapat dikategorikan pada kategori tinggi, karena berdasarkan nilai rata-rata totalnya berada pada angka 3,750.
- 3) Indikator *situational characteristics* pada WOM di UIN Antasari Banjarmasin dapat dikategorikan pada kategori tinggi, karena berdasarkan nilai rata-rata totalnya berada pada angka 3,614.
- 4) Keputusan pemilihan perguruan tinggi di UIN Antasari Banjarmasin dapat dikategorikan pada kategori tinggi, karena berdasarkan nilai rata-rata totalnya berada pada angka 3,849.

- 5) Terdapat pengaruh yang signifikan antara indikator *personal* terhadap keputusan pemilihan perguruan tinggi di UIN Antasari Banjarmasin, yaitu berdasarkan pada hasil uji hipotesis yang menunjukkan *T-statistics* $5,982 > 1,96$ dan hasil *P-value* $0,000 < \text{signifikansi } 0,05$.
- 6) Terdapat pengaruh yang signifikan antara indikator *message characteristics* terhadap keputusan pemilihan perguruan tinggi di UIN Antasari Banjarmasin, yaitu berdasarkan pada hasil uji hipotesis yang menunjukkan *T-statistics* $5,640 > 1,96$ dan hasil *P-value* $0,000 < \text{signifikansi } 0,05$.
- 7) Terdapat pengaruh yang signifikan antara indikator *situational characteristics* terhadap keputusan pemilihan perguruan tinggi di UIN Antasari Banjarmasin, yaitu berdasarkan pada hasil uji hipotesis yang menunjukkan *T-statistics* $2,175 > 1,96$ dan hasil *P-value* $0,030 < \text{signifikansi } 0,05$.

Hasil dari penelitian ini memberikan sumbangan pada teori Sweeney yaitu pada situasi dalam pemilihan perguruan tinggi, indikator *personal* memiliki pengaruh paling besar, sehingga jika suatu strategi pemasaran memfokuskan kepada indikator ini dengan baik, maka pemasaran perguruan tinggi akan mendapatkan hasil yang lebih efektif dan efisien.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, perguruan tinggi perlu memfokuskan pemasaran lembaga pendidikan pada bagian *personal* di variabel *word of mouth* yaitu kredibilitas sumber informasi, kepercayaan, keahlian, dan kepemimpinan opini yang memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pemilihan

perguruan tinggi. Memfokuskan kepada semua indikator dalam WOM memanglah bagus, namun hal ini kurang efektif dan efisien dalam pelaksanaan pemasaran lembaga perguruan tinggi. Maka dari itu, agar pemasaran perguruan tinggi lebih efektif, efisien, dan tepat sasaran maka bidang pemasaran perguruan tinggi perlu meningkatkan kinerja pada bagian *personal word of mouth*.

Penelitian ini dilakukan dengan segala keterbatasan dan kekurangan peneliti, termasuk hasil indikator *interpersonal* yang mendapatkan hasil error sehingga tidak ditemukan besaran pengaruhnya terhadap keputusan pemilihan perguruan tinggi. Maka dari itu, bagi para pembaca maupun pihak lain yang akan melakukan penelitian serupa agar dapat terjun lebih dalam, melihat lebih luas, serta terbang lebih jauh dari penelitian ini.