

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pemaparan hasil penelitian telah dijelaskan secara lengkap pada pembahasan di atas. Beberapa kesimpulan yang dapat diajukan pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap citra kampus. Pengaruh positif memberikan makna pengaruh yang searah, artinya semakin baik komunikasi pemasaran pihak STIKes KHAS Kempek yang disampaikan, semakin efektif pula citra kampus STIKes KHAS Kempek. Sebaliknya semakin kurang baik komunikasi pemasaran pihak STIKes KHAS Kempek yang disampaikan, semakin rendah pula citra kampus STIKes KHAS Kempek.
2. Komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap minat lanjut studi. Pengaruh positif memberikan makna pengaruh yang searah, artinya semakin efektif komunikasi pemasaran pihak STIKes KHAS Kempek yang disampaikan, semakin tinggi pula minat lanjut siswa terhadap STIKes KHAS Kempek. Sebaliknya semakin kurang baik komunikasi pemasaran pihak STIKes KHAS Kempek yang disampaikan, semakin rendah pula minat lanjut siswa terhadap STIKes KHAS Kempek.
3. Komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap kualitas pendidikan. Makna pengaruh positif memberikan makna pengaruh yang searah, artinya semakin efektif komunikasi pemasaran pihak STIKes KHAS Kempek yang disampaikan, semakin baik pula kualitas pendidikan yang dimiliki STIKes KHAS Kempek. Sebaliknya, semakin kurang baik komunikasi pemasaran pihak STIKes KHAS Kempek yang disampaikan, semakin rendah pula kualitas pendidikan STIKes KHAS Kempek.
4. Citra kampus tidak berpengaruh terhadap minat lanjut studi. Makna tidak berpengaruh berarti tinggi rendahnya citra kampus yang diberikan bukanlah merupakan faktor utama yang menjadi dasar bagi minat lanjut studi siswa di STIKes KHAS Kempek.

5. Kualitas pendidikan tidak berpengaruh terhadap minat lanjut studi. Makna tidak berpengaruh berarti tinggi rendahnya kualitas pendidikan yang diberikan bukanlah merupakan faktor utama yang menjadi dasar menumbuhkan minat lanjut studi siswa di STIKes KHAS Kempek.
6. Citra kampus mampu memediasi secara parsial pengaruh komunikasi pemasaran terhadap proses minat lanjut studi. Hal ini bermakna semakin efektif komunikasi pemasaran maka akan terbangun citra kampus yang baik yang dapat meyakinkan siswa. Sehingga semakin tinggi pula minat siswa untuk melanjutkan studi di STIKes KHAS Kempek.
7. Kualitas pendidikan mampu memediasi pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat lanjut studi. Kualitas pendidikan mampu memediasi secara parsial pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat melanjutkan studi. Hal ini bermakna semakin efektif komunikasi pemasaran terhadap kualitas pendidikan disampaikan, semakin tinggi pula minat siswa untuk melanjutkan studi di STIKes KHAS Kempek.

5.2. Saran

Saran pada penelitian ini berorientasi untuk memberikan beberapa masukan yang membangun terkait fenomena yang telah terjadi. Saran penelitian ini didasarkan pada deskripsi masing-masing variabel penelitian menurut perhitungan nilai indeks yang paling rendah. Beberapa saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap citra kampus dan kualitas pendidikan. Nilai indeks terendah pada komunikasi pemasaran dapat dilihat pada pernyataan kemampuan pesan yang dipahami secara cermat sebagaimana yang disampaikan oleh komunikator. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh pihak STIKes KHAS Kempek tidak mudah untuk dicermati dan dipahami oleh siswa-siswi. Oleh karenanya diharapkan pihak STIKes KHAS Kempek dapat memberikan informasi yang mudah untuk dipahami dan dicermati, baik menggunakan media langsung atau platform media lain kepada para siswa-siswi di lingkungan KHAS Kempek. Sehingga diharapkan para siswa-siswi calon

mahasiswa baru nantinya dapat menerima informasi dengan jelas dan mudah diterima oleh mereka.

2. Kualitas pendidikan mampu memediasi pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat lanjut studi. Nilai indeks terendah pada kualitas pendidikan dapat dilihat pada pernyataan fasilitas dan peralatan pendidikan di STIKes KHAS Kempek. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas di STIKes KHAS Kempek perlu menjadi bahan pertimbangan manajemen yakni upaya penambahan dan perbaikan. Diharapkan STIKes KHAS Kempek dapat melakukan penambahan fasilitas berorientasi pada pembangunan gedung baru dan pembelian sarana prasarana peralatan pembelajaran, agar calon mahasiswa baru menjadi lebih percaya dan memiliki persepsi atau citra yang lebih positif terhadap lembaga. Gedung yang nyaman dan peralatan pendidikan, praktikum yang mendukung sangat diharapkan mahasiswa untuk menunjang proses kegiatan belajar mengajar.
3. Citra kampus mampu memediasi secara parsial pengaruh komunikasi pemasaran terhadap proses minat lanjut studi. Nilai indeks terendah pada citra kampus dapat dilihat pada pernyataan STIKes KHAS Kempek selalu banyak memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswanya. Hal ini bermakna semakin efektif komunikasi pemasaran maka akan terbangun citra kampus yang meyakinkan siswa sehingga semakin tinggi pula minat siswa untuk melanjutkan studi di STIKes KHAS Kempek. Hal ini menunjukkan diharapkan STIKes KHAS Kempek dapat melakukan pelayanan yang lebih maksimal, optimal, efektif dan efisien kepada mahasiswa. Agar calon mahasiswa baru menjadi lebih percaya dan memiliki persepsi atau citra yang lebih positif terhadap lembaga. Bahwa pelayanan civitas akademika di lingkungan STIKes KHAS Kempek sangat maksimal.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu merancang paradigma model penelitian yang lebih kompleks. Dengan mencari variabel-variabel lain yang lebih mendukung dan lebih mampu meningkatkan pada minat lanjut studi di perguruan tinggi.