

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18.00 for windows dan dibantu *software microsoft excel* mengenai pengaruh harga dan faktor sosial terhadap keputusan siswa memilih lembaga kursus (studi pada pengguna jasa program bahasa Jepang di Lembaga Kursus dan Pelatihan NLEC Bandung) maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai harga di LKP NLEC Bandung, berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden menunjukkan dimensi yang memperoleh rata-rata skor tertinggi adalah fleksibilitas pembayaran biaya pendidikan yang berkaitan dengan kemudahan cara dan sistem pembayaran serta fleksibilitas sistem pembayaran yang berjangka waktu dan sesuai kebutuhan. Sedangkan dimensi yang terendah yaitu besarnya potongan harga, dimana menunjukkan bahwa ketertarikan responden mengikuti kursus karena potongan harga yang ditawarkan masih dinilai rendah.
2. Gambaran dari faktor sosial berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden menunjukkan dimensi yang memperoleh rata-rata skor tertinggi adalah budaya yang berkaitan dengan interaksi dengan lingkungan yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap akumulasi nilai, pengetahuan, kepercayaan, adat istiadat, obyek dan konsep yang digunakan masyarakat Jepang. Sedangkan dimensi dengan penilaian terendah yaitu keluarga, dimana menunjukkan para responden kurang mempertimbangkan saran dan pendapat dari keluarga saat memutuskan memilih lembaga kursus.
3. Gambaran dari keputusan memilih lembaga kursus berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden menunjukkan dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi menurut responden di LKP NLEC Bandung adalah penawaran program, kesesuaian kualitas program, konten dan struktur dan pengakuan program

JLPT di LKP NLEC Bandung. Sedangkan dimensi dengan penilaian terendah yaitu reputasi akademik.

4. Harga dan faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa dalam memilih lembaga kursus dengan pengaruh yang rendah, baik secara parsial maupun simultan. Yang berarti terdapat hubungan antara harga dan faktor sosial terhadap keputusan pengguna jasa dalam memilih lembaga kursus. Hal ini berarti apabila harga yang ditawarkan sudah tepat dan sesuai disertai dengan peningkatan kegiatan yang berhubungan dengan faktor sosial maka jumlah peminat untuk memilih lembaga kursus pun akan meningkat dan begitupun sebaliknya. Harga lebih besar pengaruhnya daripada faktor sosial terhadap keputusan memilih lembaga kursus. Terdapat pengaruh faktor lain dalam model diluar kedua variabel independen (eksogen) yang tidak masuk ke dalam penelitian ini seperti produk/jasa, alat promosi, faktor psikologi, orang, bukti fisik, dan faktor pribadi
5. Harga berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa dalam memilih lembaga kursus dan berada pada kategori rendah. Hal ini berarti apabila harga yang ditawarkan sudah tepat dan sesuai maka akan meningkat pula jumlah peminat untuk memilih lembaga kursus, begitu pula sebaliknya.
6. Faktor sosial berpengaruh terhadap pengguna jasa dalam memilih lembaga kursus dan berada pada kategori rendah. Hal ini berarti apabila kegiatan yang berhubungan dengan faktor sosial terus meningkat maka akan meningkat pula jumlah peminat untuk memilih lembaga kursus dan begitu pun sebaliknya.

5.2 Implikasi

5.2.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis

Berdasarkan hasil kajian dan penelitian mengenai pengaruh harga dan faktor sosial terhadap keputusan memilih lembaga kursus pada para pengguna jasa program bahasa Jepang di LKP NLEC Bandung, dihasilkan temuan-temuan teoritis sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian harga dapat mempengaruhi keputusan memilih. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana

konsumen menganggap harga dan beberapa harga aktual saat ini yang dipertimbangkan. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Owusu Alfred (2013) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan konsumen mempertimbangkan harga dalam keputusan pembelian mereka. Selanjutnya, dimensi yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur harga adalah mengadopsi dan memodifikasi teori serta konsep yang berasal dari pemikiran Melisa May Yee Lau (2016) yaitu biaya pendidikan, potongan harga dan fleksibilitas pembayaran biaya pendidikan. Selain itu rumusan indikator merujuk kepada teori-teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli dan penelitian sebelumnya, dalam hal ini konsep dan teori yang digunakan khususnya yang berkenaan dengan pengertian dan indikator harga dan biaya pendidikan.

2. Berdasarkan hasil penelitian, faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan memilih. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya adalah faktor sosial juga Pride dan Ferrel (2016) yang menyatakan bahwa faktor sosial adalah kekuatan-kekuatan yang dikerahkan oleh orang lain terhadap perilaku pembelian, dengan kata lain faktor sosial memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini juga sesuai dengan penelitian David Jobber (2010) yang menyatakan bahwa : *“Status and the need for social belongings has been regarded as an important determinant of consumer behavior.”* Artinya, status dan kebutuhan sosial telah dianggap sebagai penentu penting dari perilaku konsumen. Segala sesuatu yang ada di lingkungan akan mempengaruhi seseorang dalam berperilaku serta memenuhi kebutuhannya. Serta penelitian dari T. K. Jisana (2014) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen melibatkan sebuah proses pengambilan keputusan dan individu, yang dipengaruhi oleh karakteristik pribadi serta faktor-faktor lingkungan. Serta penelitian dari Andriani Kusumawati dan Nelson Perera (2010) yang menyatakan bahwa orang tua

merupakan salah satu faktor penting yang dipertimbangkan mahasiswa saat memilih perguruan tinggi. Selanjutnya, dalam penelitian ini dimensi yang digunakan untuk mengukur faktor sosial adalah kelas sosial, kelompok referensi, budaya dan keluarga David Jobber (2010). Selain itu rumusan indikator merujuk kepada teori-teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli dan penelitian sebelumnya, dalam hal ini konsep dan teori yang digunakan khususnya yang berkenaan dengan pengertian dan indikator faktor sosial.

3. Teori serta konsep keputusan memilih lembaga kursus yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi dan memodifikasi teori serta konsep yang berasal dari pemikiran Migin, Falahat dan Khatibi (2015, hal 123), yang mengemukakan bahwa : *“International students choice and decision making process is built on existing choice model and theory on factors that influence the students’ choice which are institutional characteristics that consists of academic reputation, location, program and facilities.”* Artinya keputusan siswa internasional dan proses pengambilan keputusannya didasar model keputusan dan teori mengenai faktor yang mempengaruhi pilihan siswa yang adalah karakteristik institusi yang terdiri dari reputasi akademik, lokasi, program dan fasilitas. Dimensi yang digunakan dalam keputusan memilih lembaga kursus yaitu reputasi akademik, lokasi, program dan fasilitas dari Migin, Falahar dan Khatibi (2010). Selain itu rumusan indikator merujuk kepada teori-teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli dan penelitian sebelumnya, dalam hal ini konsep yang digunakan berkenaan dengan pengertian dan indikator keputusan pembelian dan pemilihan jasa pendidikan.

5.2.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris

Berkaitan dengan hasil kajian dan penelitian mengenai model pengaruh harga dan faktor sosial terhadap keputusan memilih lembaga kursus pada para pengguna jasa program bahasa Jepang di LKP NLEC Bandung telah diperoleh temuan-temuan mengenai harga, faktor sosial dan keputusan memilih lembaga kursus. Berikut adalah temuan-temuan penelitian yang bersifat empiris:

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga terhadap keputusan memilih lembaga kursus, dihasilkan temuan bahwa dimensi faktor harga yang paling tinggi yaitu fleksibilitas pembayaran biaya pendidikan, hal ini dapat dikatakan bahwa fleksibilitas pembayaran biaya pendidikan merupakan faktor yang semua indikatornya secara langsung berkaitan dengan penilaian harga. Sedangkan, untuk dimensi yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah potongan harga. Hasil tersebut membuktikan bahwa potongan harga yang didapat tidak mempengaruhi dalam memilih lembaga kursus, ada sebagian pengguna jasa yang memilih lembaga kursus tidak berdasarkan potongan harga yang ditawarkan, namun sebagian besar pengguna menyukai potongan harga yang ditawarkan oleh lembaga kursus.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dihasilkan mengenai pengaruh faktor sosial terhadap keputusan memilih lembaga kursus, dihasilkan temuan bahwa dimensi faktor sosial yang paling tinggi yaitu budaya, hal ini dapat dikatakan bahwa budaya merupakan dimensi yang semua indikatornya berkaitan secara langsung dengan penilaian faktor sosial, sedangkan untuk dimensi yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah keluarga. Hasil tersebut membuktikan bahwa dorongan keluarga yang didapat tidak mempengaruhi pengguna jasa dalam memilih lembaga kursus, sebagian besar pengguna jasa memilih lembaga kursus berdasarkan motivasi individu sehingga keluarga tidak memiliki pengaruh yang besar dalam mempengaruhi pengguna jasa untuk memilih sebuah lembaga kursus.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang bersifat empiris mengenai keputusan memilih lembaga kursus, didapat bahwa dimensi program memiliki nilai rata-rata paling besar. Hal ini dikarenakan penawaran program, kesesuaian kualitas program, konten dan struktur dan pengakuan program JLPT di LKP NLEC Bandung memiliki pengaruh besar terhadap keputusan calon pengguna jasa program bahasa Jepang dalam memilih lembaga kursus. Sedangkan indikator dimensi yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah reputasi akademik dimana kepopuleran lembaga kursus dan kepercayaan

pengguna jasa terhadap suatu lembaga kursus tidak semerta-merta menjadikan seseorang langsung memutuskan memilih lembaga tersebut.

4. Berdasarkan penelitian secara empiris diperoleh keterangan bahwa terdapat pengaruh antara harga dan faktor sosial secara bersama-sama terhadap keputusan memilih lembaga kursus pada pengguna jasa program bahasa Jepang di LKP NLEC Bandung. Berdasarkan perhitungan secara parsial diperoleh keterangan bahwa terdapat pengaruh antara harga dan faktor sosial terhadap keputusan memilih lembaga kursus pada para pengguna jasa program bahasa Jepang di LKP NLEC Bandung. Hal ini berarti apabila harga yang ditawarkan sudah tepat dan sesuai disertai dengan peningkatan kegiatan yang berhubungan dengan faktor sosial maka jumlah peminat untuk memilih lembaga kursus pun akan meningkat dan begitupun sebaliknya. Harga lebih besar pengaruhnya daripada faktor sosial terhadap keputusan memilih lembaga kursus. Terdapat pengaruh faktor lain dalam model diluar kedua variabel independen (eksogen) yang tidak masuk ke dalam penelitian ini seperti produk/jasa, alat promosi, faktor psikologi, orang, bukti fisik, dan faktor pribadi.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, sebagai saran untuk meningkatkan keputusan memilih lembaga kursus melalui harga dan faktor sosial, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh harga dan faktor sosial terhadap keputusan memilih, yaitu:

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh LKP NLEC Bandung saat ini secara menyeluruh memiliki pengaruh yang signifikan serta dikategorikan baik pengaruhnya terhadap keputusan memilih. Maka penulis merekomendasikan agar lembaga khususnya lembaga pendidikan dapat meningkatkan tingkat keputusan melalui strategi harga yang lebih memfokuskan selain pada tingkat kemudahan dan fleksibilitas sistem dan cara pembayaran biaya pendidikan, maka perlu juga memfokuskan pada tingkat keterjangkauan harga, tingkat perbandingan dengan kompetitor serta tingkat besarnya potongan harga. Diantaranya dengan menyesuaikan harga

dengan kompetitor lainnya yang setara, juga memberikan potongan harga sesuai dengan kebutuhan, tidak berlebihan dalam memberikan potongan harga karena akan memberikan kesan terhadap kualitas yang kurang baik.

2. Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa dari sisi faktor sosial, ketertarikan yang tinggi terhadap akumulasi nilai, pengetahuan, kepercayaan, adat istiadat, obyek dan konsep yang digunakan masyarakat Jepang paling berpengaruh kepada keputusan memilih lembaga kursus dalam faktor sosial. Untuk itu, ke depannya, penulis menyarankan kepada LKP NLEC Bandung khususnya dan lembaga pendidikan bahasa Jepang lain pada umumnya agar dapat meningkatkan promosi kepada komunitas-komunitas atau lingkungan yang memiliki interaksi tinggi terhadap budaya Jepang misalnya pada komunitas pecinta Jepang di Bandung, klub-klub bahasa Jepang di institusi pendidikan di Bandung ataupun menjadi sponsor acara-acara yang berkaitan dengan Jepang. Juga dengan melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan nilai-nilai, pengetahuan, kepercayaan, adat istiadat masyarakat Jepang untuk menarik minat calon pengguna jasa.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa salah satu hal yang menjadi pertimbangan calon pengguna jasa untuk memilih lembaga kursus adalah penawaran program, kesesuaian kualitas program, konten dan struktur dan pengakuan program JLPT di LKP NLEC Bandung. Untuk itu, LKP NLEC Bandung khususnya dan lembaga pendidikan lain umumnya, perlu senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas program mereka agar sesuai dengan yang dijanjikan supaya tidak menurunkan kepercayaan pengguna jasa yang dapat mengakibatkan penurunan jumlah pengguna jasa di masa mendatang. Sebaiknya, pihak lembaga terus berusaha melakukan pelatihan secara kontinu kepada staf guru dan staf administrasi terutama yang terkait dengan pengguna jasa secara langsung agar tidak memberikan kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada pengguna jasa.
4. Penulis dalam penelitian ini belum secara mendalam menganalisa variabel maupun indikator-indikator lain yang mempengaruhi keputusan para pengguna jasa program bahasa Jepang dalam memilih lembaga kursus di LKP

NLEC Bandung, sehingga masih diperlukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang. Variabel-variabel yang dimaksud diantaranya adalah produk/jasa, alat promosi, faktor psikologi, orang, bukti fisik, dan faktor pribadi.

5. Berdasarkan temuan dari penelitian ini maka penulis meyakini hasil penelitian ini mampu memberikan sumbangan ilmiah bagi pengembangan ilmu pemasaran jasa pendidikan, khususnya jasa pendidikan lembaga kursus dan lembaga pendidikan lainnya pada umumnya, dalam hal harga dan faktor sosial, juga sebagai masukan yang konstruktif dan inspiratif bagi lembaga dalam mengetahui pengaruh harga dan faktor sosial bagi para pengguna jasa program bahasa Jepang dalam mengambil keputusan memilih lembaga kursus. Serta dapat berguna dalam mengatasi masalah yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih lembaga pendidikan tidak hanya lembaga kursus, namun juga lembaga pendidikan yang lain seperti sekolah dan perguruan tinggi.