

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dari hasil pengolahan dan analisis data dari penelitian yang berjudul "Pengaruh Budaya Organisasi dan Pemasaran Pendidikan Tinggi terhadap Layanan Akademik serta dampaknya pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta Wilayah Kota Bandung", maka penulis dapat mengambil kesimpulan yang tentunya merujuk pada rumusan masalah yang telah diajukan pada penelitian ini, yang terperinci sebagai berikut:

1. Gambaran umum rata-rata jawaban responden tentang budaya organisasi ada dalam kategori tinggi, artinya secara keseluruhan budaya organisasi dalam penelitian ini menggambarkan perilaku keseharian pelayanan pendidikan di PTS wilayah kota Bandung telah menerapkan *A shared sense of purpose and vision* (visi dan tujuan bersama); *Norms, values, beliefs, and assumptions* (norma, nilai, kepercayaan, dan asumsi); *Rituals, traditions, and ceremonies* (ritual, tradisi, dan seremonial); *Histories and stories* (sejarah dan cerita); *People and relationships* (hubungan baik); *Architecture, artefacts, and symbols* (arsitektur, artefak, dan symbol). Ini berarti komponen budaya organisasi dalam penelitian ini sudah dilakukan dengan sangat baik.
2. Gambaran umum rata-rata jawaban responden tentang pemasaran pendidikan tinggi ada dalam kategori tinggi, artinya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh PTS di wilayah kota Bandung telah berjalan dengan baik dan

memperhatikan unsur-unsur bauran pemasaran seperti, produk, harga, tempat, promosi, proses, orang-orang yang terlibat, dan bangunan fisik.

3. Gambaran umum rata-rata jawaban responden tentang layanan akademik ada dalam kategori tinggi, artinya layanan akademik yang dilakukan oleh pihak PTS di wilayah kota Bandung kepada para mahasiswanya berjalan dengan baik dan telah memenuhi unsur-unsur layanan yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*.
4. Gambaran umum rata-rata jawaban responden tentang tingkat kepuasan mahasiswa ada dalam kategori tinggi, artinya mahasiswa PTS di wilayah kota Bandung merasa puas terhadap proses produk layanan di lembaga pendidikannya, hal ini terlihat dari dimensi yang menjadi alat ukur dari tingkat kepuasan mahasiswa seperti *curriculum*, *teaching*, *analytical skills*, *communication skills*, *social skills*, dan *personal growth*.
5. Terdapat pengaruh budaya organisasi dan pemasaran pendidikan tinggi terhadap layanan akademik di PTS wilayah Kota Bandung.
6. Terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap layanan akademik di PTS wilayah kota Bandung.
7. Terdapat pengaruh pemasaran pendidikan tinggi terhadap layanan akademik di PTS wilayah kota Bandung.
8. Terdapat pengaruh budaya organisasi dan pemasaran pendidikan tinggi terhadap layanan akademik serta dampaknya pada tingkat kepuasan mahasiswa di PTS wilayah Kota Bandung.

9. Terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap tingkat kepuasan mahasiswa di PTS wilayah kota Bandung.
10. Terdapat pengaruh pemasaran pendidikan tinggi terhadap tingkat kepuasan mahasiswa di PTS wilayah kota Bandung.
11. Terdapat pengaruh layanan akademik terhadap tingkat kepuasan mahasiswa di PTS wilayah kota Bandung.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan setelah melihat gambaran umum skor rata-rata yang dihasilkan dari setiap variabel, ada unsur dari dimensi yang memiliki skor terendah pada variabel budaya organisasi dan pemasaran pendidikan tinggi, serta layanan akademik dan tingkat kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu, berikut rekomendasi yang dapat disampaikan peneliti kepada pihak perguruan tinggi swasta sebagai produsen dari penyelenggaraan pendidikan tinggi:

1. Dimensi *norm, value, beliefs, and assumption* dari variabel budaya organisasi mendapat nilai rata-rata terendah, dengan demikian tentu saja memerlukan perhatian lebih dari para penyelenggara pendidikan tinggi. Penerapan fungsi norma, nilai, kepercayaan, dan asumsi dapat dimulai dari pimpinan perguruan tinggi beserta jajarannya dalam menjalankan fungsi kepemimpinannya, sehingga tumbuh saling percaya dan saling membutuhkan antar anggota organisasi (staf pegawai, dosen, mahasiswa, serta masyarakat sekitar). Sehingga setiap anggota organisasi di perguruan

tinggi merasa berkepentingan untuk menjaga kehidupan organisasi berjalan harmoni, dinamis dan lestari.

2. Dimensi bukti fisik (*physical evidence*) dari variabel pemasaran pendidikan tinggi mendapat nilai rata-rata terendah, dengan demikian tentu saja memerlukan perhatian lebih dari para penyelenggara pendidikan tinggi. PTS di wilayah kota Bandung diharapkan dapat lebih memperhatikan sarana fisik yang dimilikinya sebelum dipasarkan untuk ditawarkan kepada konsumen dalam hal ini mahasiswa atau calon mahasiswa, karena sarana fisik biasanya adalah hal yang paling nyata dilihat langsung pertama kali oleh konsumen. Kelengkapan, ketersediaan sarana belajar mengajar yang memadai, dan penataan ruang akan lebih meningkatkan kenyamanan mahasiswa sebagai konsumen pendidikan dalam memperoleh kepuasannya.
3. Dimensi *responsiveness* dari variabel layanan akademik mendapat nilai rata-rata terendah, hal ini tentu saja memerlukan perhatian lebih dari para penyelenggara pendidikan tinggi. *Responsiveness* (daya tanggap) diperlukan dalam kegiatan layanan akademik di perguruan tinggi. Layanan bimbingan akademik yang cepat dan tepat dari dosen terhadap mahasiswanya, cepat tanggap dalam kegiatan belajar mengajar, merupakan hak mahasiswa sebagai konsumen untuk mendapatkannya. Oleh karena itu setiap perguruan tinggi diharapkan lebih peka terhadap layanan yang cepat dan tepat terhadap kebutuhan konsumennya (mahasiswa).

4. Dimensi *social skills* dari variabel tingkat kepuasan mahasiswa mendapat nilai rata-rata terendah, dengan demikian tentu saja memerlukan perhatian lebih dari para penyelenggara pendidikan tinggi. *Social skills* merupakan kemampuan dalam menjalin hubungan baik dan kerjasama yang baik antara dosen dan mahasiswanya, ataupun hubungan baik yang dibangun antara penyelenggara pendidikan dengan konsumen pendidikannya yang harus di tingkatkan lebih lanjut, sehingga dapat terjalin kerjasama yang efektif dan adanya saling *support* antara kedua belah pihak.

