

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah.
2. Biaya Pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah.
3. Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Reputasi Sekolah.
4. Biaya Pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Sekolah.
5. Reputasi Sekolah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah.
6. Lokasi berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah melalui Reputasi Sekolah.
7. Biaya Pendidikan berpengaruh langsung terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah melalui Reputasi Sekolah.

5.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang sudah diuraikan, berikut saran dari peneliti sebagai berikut :

1. Bagi SMP Muhammadiyah 4 Kebomas Gresik, disarankan untuk lebih melakukan promosi yang menyoroti keunggulan sekolah.
2. Bagi SMP Muhammadiyah 4 Kebomas Gresik, disarankan untuk melakukan penyesuaian dalam biaya pendidikan agar tetap kompetitif dan sebanding dengan kualitas layanan pendidikan yang diberikan.
3. Bagi SMP Muhammadiyah 4 Kebomas Gresik, disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan reputasi sekolah dengan memperbaiki kualitas pengajaran, peningkatan fasilitas, serta pencapaian akademik dan non-akademi.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai pengaruh lokasi dan biaya pendidikan terhadap keputusan pemilihan sekolah dengan pendekatan yang berbeda, seperti menggunakan metode kualitatif atau eksperimen.
5. Bagi pihak sekolah dan lembaga pendidikan, temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam merancang strategi pemasaran atau pengembangan reputasi sekolah.

5.3 Implikasi

1. Implikasi Teoritis

- a. Kontribusi terhadap Kajian Teori Keputusan Konsumen dalam Pendidikan
Temuan ini memperkuat teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa biaya adalah salah satu faktor utama dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks pendidikan, hasil ini menegaskan bahwa orang tua memprioritaskan sekolah yang menawarkan biaya pendidikan yang lebih terjangkau dan dianggap sebanding dengan manfaat yang diterima.
- b. Peran Reputasi Sebagai Mediator Utama
Penelitian ini memperluas pemahaman tentang peran reputasi sebagai mediator dalam hubungan antara faktor biaya dan keputusan pemilihan. Hasil ini mendukung teori branding pendidikan, di mana reputasi menjadi representasi kualitas layanan yang dirasakan.
- c. Kontribusi pada Literasi Penelitian di Sektor Pendidikan
Hasil ini memberikan kontribusi untuk penelitian-penelitian di bidang manajemen pendidikan, khususnya tentang bagaimana faktor biaya dan reputasi dapat memengaruhi daya tarik sekolah swasta.

2. Implikasi Praktis

- a. Strategi Penetapan Biaya Pendidikan
Sekolah perlu merancang struktur biaya yang kompetitif, fleksibel, dan transparan. Dengan menawarkan skema cicilan, program beasiswa, atau subsidi bagi siswa berprestasi, sekolah dapat menarik lebih banyak calon siswa.

b. Penguatan Reputasi Sekolah

- 1) Meningkatkan Prestasi Akademik dan Non-Akademik: Hal ini dapat dicapai melalui penyediaan fasilitas yang memadai dan kurikulum yang inovatif.
- 2) Pengelolaan Hubungan Masyarakat: Testimoni positif dari siswa, alumni, dan orang tua dapat digunakan untuk memperkuat citra sekolah.
- 3) Promosi Digital: Memanfaatkan media sosial dan website resmi untuk menonjolkan pencapaian sekolah.

c. Optimalisasi Hubungan Biaya dan Reputasi

Biaya pendidikan harus selaras dengan layanan yang ditawarkan. Sekolah dapat mengkomunikasikan secara jelas bagaimana dana dari biaya pendidikan digunakan untuk meningkatkan fasilitas, kualitas pengajaran, dan aktivitas sekolah lainnya.

d. Peningkatan Aksesibilitas

Selain biaya, sekolah dapat menambahkan nilai lebih dengan meningkatkan kenyamanan lokasi seperti akses transportasi, keamanan lingkungan, dan kebersihan, yang juga berkontribusi pada reputasi.