

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dan analisa data dalam penelitian ini, dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. *Word Of Mouth* tidak memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap Keputusan pemilihan di SMP IT AI Ibrah.
2. Kualitas layanan memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan pemilihan di SMP IT AI Ibrah.
3. Lokasi memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan pemilihan di SMP IT AI Ibrah.
4. *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan pemilihan di SMP IT AI Ibrah.
5. *Word Of Mouth* memiliki pengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap keputusan pemilihan melalui *Customer Relationship Management* sebagai moderasi. Berdasarkan hasil nilai H1 lebih kecil dari H5 maka hal ini menunjukkan adanya pengaruh mediasi penuh.
6. Kualitas layanan memiliki pengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap Keputusan pemilihan melalui *Customer Relationship Management* sebagai moderasi. Berdasarkan hasil nilai H2 lebih kecil dari H6 maka hal ini menunjukkan adanya pengaruh mediasi penuh.
7. Lokasi memiliki tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pemilihan melalui *Customer Relationship Management* sebagai moderasi. Berdasarkan hasil nilai H3 lebih besar dari H7 maka hal ini menunjukkan adanya pengaruh mediasi parsial.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut

1. Pihak manajemen Sekolah AI Ibrah diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik terhadap wali murid sehingga

tercipta *Word Of Mouth* dengan memberikan dukungan penuh pada setiap kegiatan yang mendukung di sekolah baik terhadap siswa maupun wali murid

2. Pihak sekolah AI Ibrah bisa mempertahankan dan meningkatkan lagi tentang kualitas sekolah dan menentukan target lulusan siswa secara definitif
3. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat memperdalam penelitian ini dari sisi *Customer Relationship Managemen* (CRM) dan Keputusan Pemilihan. Keputusan Pemilihan yang turun sangat dihindari oleh sekolah manapun agar tidak memberikan dampak pada keputusan pemilihan. Inovasi harus tetap dipertahankan dan dicari variabel penguat lainnya, sejauh ini inovasi telah menjadi budaya di sekolah AI Ibrah dan telah menciptakan banyak pembaruan cara kerja dan hasil lulusan sehingga Sekolah AI Ibrah dapat bertahan ditengah persaingan sekolah Negeri maupun Swasta.

