

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV dapat disimpulkan bahwa:

1. Produk tidak terlalu mempengaruhi citra sekolah sekolah Islam YPI Raudhatul Jannah di Kota Payakumbuh. Artinya konsumen atau orang tua tidak terlalu mementingkan fasilitas dalam hal ini berarti citra sekolah tidak mempengaruhi mereka dalam pemilihan sekolah untuk anak mereka.
2. Orang tua *people* tidak terlalu mempengaruhi citra sekolah, sekolah islam YPI Raudhatul Jannah di Kota Payakumbuh. Artinya konsumen atau orang tua percaya bahwa guru yang mengajar disekolah memiliki skill yang bagus dan terbaik sehingga konsumen berpendapat bahwa hal ini tidak mempengaruhi citra sekolah karena telah mempercayakan kualitas guru dan staff yang dipilih kepada pihak sekolah.
3. Harga tidak terlalu mempengaruhi citra sekolah, sekolah Islam YPI Raudhatul Jannah di Kota Payakumbuh. Fluktuasi harga pada sekolah YPI Raudhatul Jannah tidak berpengaruh pada citra sekolah dalam pemilihan sekolah bagi orang tua atau konsumen untuk anak mereka.
4. Tempat tidak terlalu mempengaruhi citra sekolah sekolah Islam sekolah islam YPI Raudhatul Jannah di Kota Payakumbuh. Artinya tempat tidak mempengaruhi citra sekolah dalam pemilihan sekolah bagi orang tua atau konsumen.
5. Promosi signifikan mempengaruhi citra sekolah , sekolah Islam YPI Raudhatul Jannah di Kota Payakumbuh. Korelasinya adalah positif, dimana promosi yang

dilakukan gencar membuat citra sekolahsekolah menjadi menarik sehingga membuat orang tua mudah dalam pemilihan sekolah.

6. Citra sekolahsignifikan mempengaruhi loyalitasorang tua pada sekolah Islam YPI Raudhatul jannah di Kota Payakumbuh. Korelasinya adalah positif, dimana citra sekolahmembuat orang tua selalu bertahan dan mengulang pada sekolah yang sama dan tidak memilih sekolah lain selain dari YPI Raudhatul Jannah.

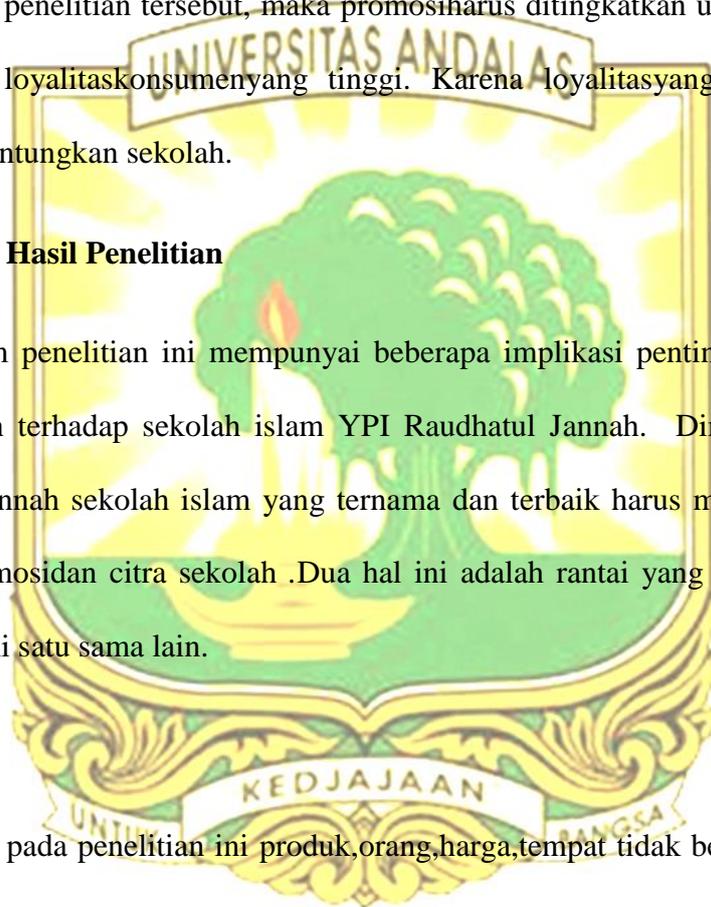
Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka promosiharus ditingkatkan untuk menghaasilkan citra sekolahdan loyalitaskonsumenyang tinggi. Karena loyalitasyang tinggi merupakan *value* yang menguntungkan sekolah.

1.2. Implikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi peningkatan loyalitaskonsumen terhadap sekolah islam YPI Raudhatul Jannah. Dimana sekolah islam YPI Raudhatul Jannah sekolah islam yang ternama dan terbaik harus mempertahankan dan meningkatkanpromosidan citra sekolah .Dua hal ini adalah rantai yang saling berhubungan dan mempengaruhi satu sama lain.

Disamping itu pada penelitian ini produk,orang,harga,tempat tidak berpengaruh terhadap citra sekolah .Artinya dari segi produk,orang,harga,tempat dan orang tua tidak memperhatikan citra sekolah pada sekolah YPI Raudhatul Jannah tetapi lebih diperhatikan lagi, hanya dari promosi dan citra sekolah membuat orang tua loyalitas dan selalu memilih sekolah Islam YPI Raudhatul Jannah.

5.3. Keterbatasan Penelitian



Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Disisi lain keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi perbaikan bagi penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Dalam penelitian ini responden yang diambil hanya dalam skala kecil yaitu 160 responden yang loyalitas terhadap YPI Raudhatul Jannah di Kota Payakumbuh.
2. Peneliti hanya berfokus pada pada responden atau orang tua yang loyalitas dari sekolah tingkat TK sampai SD, dan hanya skala kecil yang untuk fokus pada SMP dan tidak ada responden yang tingkat SMA.

5.4. Saran

Hasil dari penelitian ini dan keterbatasan –keterbatasan yang ditemukan agar dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan yang dirasakan dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi Pihak Sekolah Yayasan Pendidikan Islam Raudhatul Jannah
 - a. Sebaiknya biaya masuk jangan terlalu besar, sehingga orang tua menengah kebawah juga bisa menyekolahkan anaknya di YPI Raudhatul Jannah.
 - b. Parkirnya kurang memadai dengan jumlah yang siswa yang semakin bertambah.
 - c. Sebaiknya dibuat taman hijau bagi anak-anak yang sekolah pada TK supaya lebih senang bermain ditaman.
 - d. Lebih ditingkatkan lagi mutu pendidikan terutama di bidang akhlak dan agama.
 - e. Lebih ditingkatkan lagi hubungan yang lebih terbuka dengan orang tua.

- f. Semoga yang telah baik ini, akan dipertahankan dan selalau menjadi lebih baik lagi dari segi promosi yang lebih gencar lagi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

a. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel strategimarketing lain yang mampu mempengaruhi citra sekolah danloyalitas orang tua Guna memperkaya dan memperluas wawasan mengenai loyalitasorang tua khususnya dan citra sekolahumumnya.

b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek lainnya diluar produk yang telah dikaji pada penelitian ini sehingga akan lebih menggambarkan secara luas mengenai produk yang masuk kedalam *strategy marketing* yang berhubungan dengan citra sekolah danloyalitas orang tua.

