

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil konklusi sebagai berikut.

1. Nilai dari koefisien determinasi dari hasil perhitungan adalah 0.496 yang berarti bahwa sebesar 49.6% kesetiaan institusi (variabel terikat) mampu dijelaskan oleh variabel bebas yang dimasukkan dalam model yaitu citra institusi dan pengalaman konsumen, sedangkan 50.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien korelasi berganda atau Multiple (R) sebesar 0.706. Koefisien ini menunjukkan tingkat hubungan atau korelasi yang kuat antara kesetiaan institusi sebagai variabel terikat terhadap citra institusi dan pengalaman konsumen sebagai variabel bebas.
3. Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini dimana hipotesis pertama dan kedua diuji dengan menggunakan uji t, dan berikut adalah hasil perhitungan yang dihasilkan:
 - a. Diketahui bahwa arahnya positif sebesar 0.665 yang berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan searah antara citra institusi terhadap kesetiaan institusi, dimana jika nilai citra institusi naik, maka nilai kesetiaan institusi juga akan naik.
 - b. Diketahui bahwa arahnya positif sebesar 0.080 yang berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan searah antara pengalaman konsumen terhadap kesetiaan institusi, dimana jika nilai pengalaman konsumen naik, maka nilai kesetiaan institusi juga akan naik.

5.2 Implikasi

Melihat hasil dari penelitian ini, maka dapat diambil implikasi sebagai berikut ini.

5.2.1 Implikasi Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya, khususnya untuk variabel citra institusi, pengalaman konsumen, dan kesetiaan institusi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh citra institusi dan pengalaman konsumen terhadap kesetiaan institusi pada jasa pendidikan.
- c. Hasil penelitian sesuai dengan teori yang ada

5.2.2 Implikasi Praktis

- a. Citra institusi dan pengalaman konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesetiaan institusi. Oleh karena itu variabel ini harus menjadi perhatian umum institusi guna menjamin kesetiaan institusinya.
- b. SMAK Kolese Santo Yusup dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan pembelajaran ataupun evaluasi guna mempertahankan maupun meningkatkan citra institusi dan pengalaman konsumen yang dimiliki yang pada akhirnya akan mengarah pada meningkatnya kesetiaan institusi.
- c. Secara khusus peneliti dapat melihat bahwa teori yang sudah dipelajari di bangku kuliah sesuai dengan yang terjadi di lapangan.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan keseluruhan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka ada beberapa rekomendasi yang dapat diajukan:

5.3.1 Rekomendasi Teoritis

- a. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah variabel yang diteliti tiga, maka untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan model ini dengan menambahkan atau mengganti dengan variabel lain guna mengetahui pengaruh variabel tersebut terhadap variabel kesetiaan institusi, mengingat variabel citra institusi dan pengalaman konsumen hanya mempengaruhi kesetiaan institusi sebesar 49.6% dan 50.4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

- b. Objek penelitian dapat diganti dengan produk jasa lainnya, seperti sekolah atau universitas lain, sehingga dapat dibandingkan apakah jenis jasa mempengaruhi persentase besarnya kesetiaan institusinya.
- c. Ruang lingkup dalam penelitian selanjutnya dapat diganti, misalnya penelitian dilakukan di wilayah penelitian lainnya, sehingga hasil penelitian bisa terlihat secara umum.

5.3.2 Rekomendasi Praktis

- a. SMAK Kolese Santo Yusup diharapkan terus mempertahankan citra institusi yang positif di mata masyarakat. Hal ini dikarenakan hal tersebut sangat mempengaruhi kesetiaan siswa terhadap institusi SMAK Kolese Santo Yusup. Apalagi pengaruh citra institusi pada kesetiaan institusi lebih besar daripada pengaruh pengalaman konsumen pada kesetiaan institusi. Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh SMAK Kolese Santo Yusup adalah seperti lebih banyak mengikuti lomba-lomba sehingga dapat menghasilkan juara-juara lebih banyak dan nama SMAK Kolese Santo Yusup lebih dikenal positif, lebih banyak bekerja sama dengan universitas-universitas serta meningkatkan jumlah peserta expo perguruan tinggi, lebih banyak promosi ke SMP-SMP, lebih banyak mengadakan acara-acara yang terbuka untuk umum, dan seterusnya.
- b. Melihat dari sisi pengalaman konsumen, SMAK Kolese Santo Yusup dapat memberikan meningkatkan hal ini demi meningkatnya kesetiaan siswa terhadap institusi SMAK Kolese Santo Yusup. Kesan-kesan yang lebih baik lagi perlu ditingkatkan. Beberapa hal yang dapat dilakukan adalah seperti meningkatkan kualitas dan keterampilan guru-guru yang mengajar sehingga dapat menimbulkan kesan yang lebih baik pada siswa dengan memberikan seminar maupun pelatihan-pelatihan, membuat lebih banyak variasi metode belajar-mengajar, menjaga stabilitas dan melakukan perbaikan-perbaikan fasilitas-fasilitas yang telah disediakan sehingga siswa memiliki pengalaman yang baik akan lingkungan SMAK Kolese Santo Yusup, lebih meningkatkan kegiatan-kegiatan seperti “Pelangi Bangsaku”, “Acara Kelas”, dan lain-lain agar setiap siswa yang berada di

SMAK Kolese Santo Yusup memiliki komunitas yang saling mendukung, menguatkan, dan mendorong memiliki pengalaman lingkungan pergaulan yang positif pula.