BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran dan Figur KH. Asep Saifuddin Chalim Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Pendidikan di Institut Pesantren KH. Abdul Chalim (IKHAC), dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di IKHAC. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,045 > t tabel 1,66 dan nilai signifikansi 0,003 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Koefisien regresi sebesar 0,335 menunjukkan bahwa kualitas program studi, relevansi kurikulum berbasis pesantren, dan integrasi ilmu umum-diniyah yang ditawarkan IKHAC dinilai positif oleh mahasiswa dan menjadi salah satu faktor pendorong keputusan mereka.
2. Harga (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di IKHAC. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 0,244 < t tabel 1,66 dan nilai signifikansi 0,808 > 0,05, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Tidak berpengaruhnya variabel harga diduga disebabkan oleh beberapa faktor: (a) kebijakan biaya pendidikan IKHAC yang seragam dan terjangkau menjadikan harga tidak lagi menjadi faktor pembeda antarresponden; (b) tersedianya program beasiswa bagi mahasiswa berprestasi dan santri Pesantren Amanatul Ummah mereduksi signifikansi faktor biaya; serta (c) mahasiswa yang memilih perguruan tinggi berbasis pesantren umumnya lebih

mengutamakan pertimbangan nilai agama dan kualitas pembelajaran dibandingkan pertimbangan ekonomi semata.

3. Tempat (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di IKHAC, dengan koefisien regresi tertinggi di antara seluruh variabel penelitian (0,436). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,645 > t tabel 1,66 dan nilai signifikansi 0,010 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Tingginya koefisien ini menunjukkan bahwa lokasi IKHAC yang terintegrasi dengan alam pegunungan Pacet, suasana pesantren, dan kelengkapan fasilitas asrama dalam satu kawasan terpadu menjadi pertimbangan paling dominan bagi mahasiswa dalam membuat keputusan.
4. Promosi (X4) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di IKHAC. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,067 > t tabel 1,66 dan nilai signifikansi 0,003 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Koefisien regresi sebesar 0,166 menunjukkan bahwa kegiatan promosi IKHAC melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media luar ruang, pemasaran berbasis komunitas pesantren, dan promosi digital, terbukti efektif dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa.
5. Figur KH. Asep Saifuddin Chalim (X5) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di IKHAC. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 0,435 < t tabel 1,66 dan nilai signifikansi 0,664 > 0,05, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Tidak berpengaruhnya variabel ini secara parsial bukan berarti figur KH. Asep Saifuddin Chalim tidak relevan, melainkan pengaruhnya bersifat holistik. Pengaruh figur beliau sebagai

pendiri dan penasehat IKHAC kemungkinan sudah menyatu dan terserap di dalam persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk, keunggulan lokasi, dan efektivitas promosi kampus secara keseluruhan, sehingga tidak tampak sebagai faktor independen yang signifikan dalam model regresi parsial.

6. Secara simultan, seluruh variabel (produk, harga, tempat, promosi, dan figur KH. Asep Saifuddin Chalim) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan di IKHAC. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung 11,122 > F tabel 2,31 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,372 atau 37,2% menunjukkan bahwa kelima variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan 37,2% variasi keputusan mahasiswa, sedangkan 62,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti motivasi beragama, pengaruh keluarga dan kiai, reputasi kelembagaan, ketersediaan beasiswa, dan faktor loyalitas santri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak:

1. **Bagi Institusi Pesantren KH. Abdul Chalim (IKHAC)**
   a. Mengingat variabel tempat (X_3) memiliki koefisien pengaruh terbesar (0,436) di antara semua variabel, IKHAC disarankan untuk terus meningkatkan aksesibilitas kampus, memperbaiki infrastruktur jalan dan transportasi, serta mengoptimalkan fasilitas di sekitar kampus yang mendukung kenyamanan mahasiswa.

b. Variabel produk (X_1) terbukti berpengaruh signifikan. IKHAC perlu secara konsisten meningkatkan kualitas kurikulum, kompetensi dosen, dan relevansi program studi dengan kebutuhan pasar kerja dan dunia pesantren
c. Variabel promosi (X_4) juga berpengaruh signifikan. IKHAC disarankan untuk memperluas jangkauan promosi melalui media digital (media sosial, website, YouTube), memperbanyak kegiatan roadshow ke pesantren-pesantren dan sekolah menengah atas di Jawa Timur, serta mengoptimalkan program alumni sebagai duta promosi institusi.
d. Meskipun harga tidak berpengaruh signifikan, keterjangkauan biaya yang dipersepsikan positif oleh 84% responden (sangat setuju + setuju) hendaknya tetap dipertahankan sebagai daya saing institusi, sembari diimbangi dengan peningkatan kualitas layanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Mengingat nilai Adjusted R^2 penelitian ini sebesar 33,8%, terdapat 66,2% variasi keputusan mahasiswa yang belum terjelas. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain seperti reputasi institusi, akreditasi, pengaruh keluarga, motivasi spiritual, kualitas layanan akademik, atau brand image untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.
b. Untuk menguji pengaruh tidak langsung figur KH. Asep Saifuddin Chalim terhadap keputusan mahasiswa melalui variabel antara (mediating variable) seperti citra institusi atau kepercayaan, disarankan menggunakan analisis jalur atau Structural Equation Modeling (SEM).
c. Penelitian ini terbatas pada mahasiswa IKHAC aktif. Peneliti selanjutnya disarankan untuk membandingkan hasil dengan penelitian pada mahasiswa baru

(semester 1-2) yang keputusan memilihnya masih segar, agar dapat memahami faktor-faktor penentu pada saat aktual pengambilan keputusan.