

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Hasil analisis yang telah diolah oleh peneliti dengan membagikan kuesioner kepada 270 siswa/i SMK di Bandar Lampung memberikan kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis faktor dengan uji *principal component analysis* menunjukkan bahwa ada 6 faktor baru yang terbentuk yaitu faktor gaya hidup, faktor promosi, faktor persepsi, faktor fasilitas dan biaya, faktor motivasi, faktor kepribadian

#### 5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dalam usaha meningkatkan keputusan konsumen dalam memilih Perguruan Tinggi agar dapat memperhatikan faktor gaya hidup, faktor promosi, faktor persepsi, faktor fasilitas dan biaya, faktor motivasi, faktor kepribadian.

1. Bagi pihak manajemen IIB Darmajaya untuk memperhatikan 6 aspek antar lain faktor gaya hidup yang meliputi memilih perguruan tinggi karena popularitasnya di daerah tersebut, rekomendasi teman/keluarga, kesesuaian kurikulum, faktor promosi yang meliputi prospek peluang kerja, informasi perguruan tinggi dari iklan, spanduk, pamflet, faktor persepsi yang meliputi kesesuaian dengan etnis tertentu, persepsi masyarakat tentang perguruan tinggi, faktor fasilitas dan biaya yang meliputi fasilitas perguruan tinggi, biaya kuliah relative murah dan terjangkau, waktu kuliah yang fleksibel, faktor motivasi yang meliputi dukungan orang tua untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi, faktor kepribadian yang meliputi status sebagai mahasiswa perguruan tinggi, kesesuaian program studi jurusan di perguruan tinggi.

2. Bagi penelitian selanjutnya di sarankan untuk dapat menguji pengaruh dari 6 faktor baru tersebut.