

## **BAB VI**

### **HASIL PENUTUP**

#### **D. Kesimpulan**

Strategi Bauran pemasaran 7P adalah perangkat pemasaran taktis yang terdiri dari: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses dan, Bukti Fisik. Bauran pemasaran adalah strategi pemasaran yang dilaksanakan secara terintegrasi untuk mencapai target pemasaran.. Bauran pemasaran 7p ini akan memberikan gambaran mempengaruhi keputusan siswa memilih sekolah dalam menggunakan sebuah pemasaran taktis yakni faktor bauran 7p (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses dan, Bukti Fisik). . Berdasarkan pemaparan penulisan diatas maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Bauran Pemasaran 7p di SMP Pawyatan Daha 1 Kota Kediri dapat diterima dengan baik oleh siswa di SMP Pawyatan Daha 1 Kota Kediri.
2. Faktor Bauran Pemasaran Berpengaruh Di SMP Pawyatan Daha 1 Kota Kediri
3. Pada ke dua variabel, maka hasil dari bagaimana hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis yang dipaparkan :

Kekuatan hubungan antara variabel strategi bauran pemasaran 7p dengan keputusan siswa cukup kuat dengan korelasi signifikansi pada angka 0.025 dan adanya hubungan yang signifikan antara

variabel strategi bauran pemasaran 7p dengan keputusan siswa memilih. Maka dari itu hipotesis diterima.

Dari pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara variabel strategi bauran pemasaran 7p dengan keputusan siswa memilih. Maka dari itu jika adanya strategi bauran pemasaran 7p maka disitulah adanya Keputusan siswa Memilih. Bauran pemasaran 7p menentukan hasil keputusan siswa memilih sekolah di SMP Pawyatan Daha 1 Kota Kediri.

#### **E. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi hasil penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

##### 1. Kepada Kepala Sekolah SMP Pawyatan Daha 1 Kota Kediri

Kepala sekolah sebaiknya terus meningkatkan strategi bauran pemasaran 7p . Karena strategi bauran pemasaran ini cukup baik untuk diterapkan di lembaga pendidikan sebagai marketing sekolah. Dan dikarenakan persaingan sekolah swasta sendiri sangat kuat, maka strategi bauran pemasaran 7p ini harus terus ditingkatkan mengingat adanya persaingan signifikan antar lembaga. Strategi bauran pemasaran 7p sangat mudah di terapkan dan di kembangkan sesuai kebutuhan lembaga, agar lembaga lebih dapat di kenal masyarakat.

##### 2. Kepada Peneliti yang Akan Datang

Kepada peneliti yang akan datang, diharapkan dapat mengembangkan hasil penelitian ini dalam lingkup yang lebih luas

lagi. Penulis berharap para peneliti dapat meneruskan atau mengembangkan penelitian ini untuk variabel-variabel lain yang sejenis atau teori yang lain yang lebih luas sehingga dapat menambah wawasan dan dapat meningkatkan kualitas pengelolaan manajemen sekolah.