

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah di SMK Hidayatus Sholihin. Berdasarkan hasil analisis tentang pengaruh promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah di SMK Hidayatus Sholihin yang di analisis secara deskriptif kuantitatif, dengan jumlah 66 responden, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Promosi yang dilakukan oleh SMK Hidayatus Sholihin tergolong baik dengan perolehan nilai rata-rata 48,70. hasil ini diperoleh berdasarkan tanggapan yang diberikan oleh 66 responden mengenai keputusan memilih siswa di SMK Hidayatus Sholihin. menurut hasil penelitian responden lebih dominan menjawab setuju atas pernyataan yang terdapat di variabel.
2. keputusan siswa memilih sekolah di SMK Hidayatus Sholihin tergolong baik dengan perolehan nilai rata-rata 53,03. hasil ini diperoleh berdasarkan tanggapan yang diberikan oleh 66 responden mengenai keputusan siswa memilih sekolah di SMK Hidayatus Sholihin. menurut hasil penelitian responden dominan menjawab setuju sehingga keputusan memilih mendapatkan tanggapan yang baik.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di SMK Hidayatus Sholihin. Hal ini di buktikan dari hasil uji t diperoleh  $t_{hitung} 7,005$  dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,669. Jadi  $t_{hitung} 7,005 > t_{tabel} 1,669$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka artinya promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa

memilih sekolah di SMK Hidayatus Sholihin. Besarnya pengaruh dilihat dari nilai  $R^2$  sebesar 0,425 hal ini menunjukkan 42,5% perubahan pada keputusan memilih ditentukan oleh variable bebas yakni promosi. Sedangkan 57,5% ditentukan oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Factor-faktor lainnya yaitu lokasi yang strategis, pelayanan yang baik, dan kemampuan tenaga pendidiknya.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi lembaga pendidikan : lembaga pendidikan selaku penyedia jasa pendidikan harus mampu meningkatkan strategi promosi agar lebih efektif dan mengenal di masyarakat. Sekolah harus gencar melakukan promosi tidak hanya melalui brosur dan pamvlet tetapi juga melalui media surat kabar, media sosial atau bahkan media elektronik, karena dengan mediamedia tersebut calon siswa baru dapat melihat sekolah dan keunggulannya, karena kemudahan informasi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan jumlah siswa. Diharapkan kepada lembaga pendidikan, untuk memperhatikan promosi sekolahnya, karena dengan meningkatkan strategi promosi yang lebih efektif maka akan berpengaruh pada jumlah penerimaan siswa setiap tahunnya.
2. Bagi peneli selanjutnya : pada penelitian ini penulis hanya fokus terhadap faktor promosi sekolah terhadap keputusan pemilihan, namun sesuai teori dan hasil yang didapat bahwa terdapat faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pemilihan. Dengan begitu peneliti selanjutnya dapat menambah faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih sekolah seperti lokasi, fasilitas sekolah dan lainnya.

3. Bagi tim PPDB : diharapkan dapat meningkatkan program humasnya untuk penerimaan peserta didik baru melalui promosi sekolah dengan melalui media sosial seperti facebook, instagram, youtube, website, dan lainnya agar menarik sasaran agar dapat menjaring siswa lebih banyak ditengah persaingan dengan sekolah lainnya.