

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada bab dari hasil pembahasan maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa :

1. Tidak ada pengaruh harga terhadap kepuasan siswa yang mengikuti pendidikan di Merpati *Training centre*. Dibuktikan dari ujian  $t$  tabel dan  $t$  hitung lebih kecil dari nilai persamaan struktural 1.96 ternyata ditolak, dari hasil penelitian penyebabnya adalah :
  - a) Harga yang diberikan/ditawarkan tidak diimbangi dengan fasilitas yang diberikan.
  - b) Harga yang diberikan lebih mahal dari penyelenggara training yang lainnya.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap kepuasan diperoleh hasil  $t$  hitung dan  $t$  koefisien standar diperoleh hasil lebih besar dari persamaan struktural 1.96 diterima.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap *brand* diperoleh hasil  $t$  hitung dan  $t$  tabel diperoleh hasil lebih besar dari persamaan struktural 1,96 diterima.
4. Tidak ada pengaruh antara variabel promosi terhadap *brand* hipotesa ditolak karena nilai  $t$  hitung dan  $t$  koefisien standar lebih kecil dari persamaan struktural 1.96 ditolak, dari hasil penelitian disebabkan oleh :
  - a) Kurangnya promosi yang dilakukan oleh MTC.
  - b) Perlu melakukan terobosan baru dibidang promosi seperti talk show ke sekolah menengah umum dan mengikuti pameran kedirgantaraan.
  - c) Penjualan secara on line.

Faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan jumlah siswa belum maksimal diantaranya sebagai berikut:

1. Adanya persaingan harga yang sangat ketat diantara penyelenggara training lainnya.
2. Sulitnya mencari siswa disebabkan oleh industri penerbangan sudah punya training centre.
3. Banyaknya training centre yang baru.

Faktor-faktor yang membuat strategi pemasaran yang dijalankan saat ini belum mampu meningkatkan jumlah peserta didik di Merpati Training Centre Jakarta.

1. Harga yang berlaku saat ini belum mampu memberikan kepuasan kepada peserta didik.
2. Promosi yang dilakukan belum dapat menaikkan nama/ brand dari Merpati Training Centre.
3. Lulusan masih ada yang belum terserap di perusahaan

## 5.2. Saran

Saran dan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa dan kepuasan peserta didik di Merpati Training Centre Jakarta dalam menghadapi perubahan dimasa yang akan datang :

- a. Meningkatkan fasilitas yang diberikan seperti ruang kelas lebih nyaman, tenaga instruktur yang lebih berkompeten, menu *snack coffe break* lebih ditingkatkan lagi, sehingga peserta didik mendapat kepuasan.
- b. Meningkatkan pelayanan kepada konsumen, melengkapi semua buku-buku kepada para peserta yang mengikuti pendidikan dan fokus di *training centre*.
- c. Menambah *type rating* pesawat yang lebih banyak dimiliki oleh industri penerbangan.
- d. Meningkatkan promosi diantaranya melakukan *talk show* diberbagai tempat seperti di *cafe-cafe* dimana anak muda berkumpul, disekolah-sekolah menengah umum.
- e. Membuka pendaftaran secara *online* / jualan melalui media sosial.

- f. Membuka cabang-cabang baru di kota-kota besar seperti Surabaya, Medan, Yogyakarta, Ujung Pandang dan Bali.

Saran untuk bauran pemasaran adalah sebagai berikut :

1. **Product.**

- a. Memperbanyak type pesawat yang dipelajari.
- b. Melengkapi simulator sesuai *type* pesawat yang di trainingkan.
- c. Semua jenis training yang diselenggarakan sesuai dengan *time frame* nya.

2. **Price.**

- a. Membuat paket harga yang lebih murah dari penyelenggara training lain.
- b. Membuat kebijakan tempo pembayaran lebih panjang.
- c. Membuat kebijakan memperkecil *Down payment*.

3. **Place.**

- a. Menambah cabang-cabang baru di kota besar di seluruh Indonesia.
- b. Berusaha menjajaki *joint operation* dengan pengusaha lokal di daerah.
- c. Melakukan joint operation dengan industri penerbangan.

4. **Promotion.**

- a. Memberikan *marketing fee* kepada yang membawa siswa yang ikut training.
- b. Melakukan penjualan *online*.
- c. Mengikuti berbagai macam pameran kegirgantaraan.