

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) dan Kruskal-Wallis H mengenai sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yang meliputi : Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, maka dapat ditarik kesimpulan :

- 1) Berdasarkan hasil perhitungan dengan analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) terlihat bahwa sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang meliputi : Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi diperoleh hasil perhitungan sikap konsumen total ( $A_b$  total) sebesar 1,4345 yang terletak diantara skala 0 sampai 3,75 dalam skala sikap. Hal ini berarti bahwa konsumen mempunyai sikap sangat baik atau positif terhadap Jasa Kurikuler (JK) yang meliputi : Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Perolehan hasil sikap konsumen yang sangat baik atau positif ini juga ditunjukkan dalam perolehan hasil perhitungan sikap konsumen total untuk masing-masing Jasa Kurikuler

(JK) yaitu : Kurikulum sebesar 1,4675, Rencana Akademik Semester (RAS) sebesar 1,2575, Key-in sebesar 1,9250, Silabus sebesar 1,1275, dan Penyajian Materi sebesar 1,3950 yang berarti bahwa kelima Jasa Kurikuler (JK) tersebut juga terletak diantara 0 sampai dengan 3,75 dalam skala sikap sehingga hipotesis mengenai penilaian sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia terbukti.

Berdasarkan hasil analisis Multi Atribut Attitude Model (MAAM) dapat diketahui juga urutan kepentingan dari kelima Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yaitu :

- Urutan 1 : Silabus sebesar 1,1275
- Urutan 2 : Rencana Akademik Semester (RAS) sebesar 1,2575
- Urutan 3 : Penyajian Materi sebesar 1,3950
- Urutan 4 : Kurikulum sebesar 1,4675
- Urutan 5 : Key-in sebesar 1,9250

Dengan mengetahui urutan kepentingan tersebut berarti dapat diketahui juga bahwa Jasa Kurikuler (JK) yang harus mendapatkan perhatian dengan porsi yang lebih besar adalah key-in yang berada di urutan kelima yaitu sebesar 1,9250 sedangkan silabus yang berada di urutan pertama harus tetap dipertahankan agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen lebih baik dari sebelumnya.

- 2) Berdasarkan hasil perhitungan Kruskal-Wallis H dapat diketahui ada tidaknya perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang meliputi : Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi berdasarkan karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin, jurusan, dan angkatan tahun masuk konsumen yaitu :
- a. Sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) berdasarkan jenis kelamin diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 1,089 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,297$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) yang berarti bahwa  $H_0$  diterima yaitu tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) berdasarkan jenis kelamin yang juga ditunjukkan terhadap masing-masing Jasa Kurikuler (JK) yaitu :
- Sikap konsumen terhadap kurikulum ditinjau dari jenis kelamin konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 0,058 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,809$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).
  - Sikap konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) ditinjau dari jenis kelamin konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 1,938 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,164$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).
  - Sikap konsumen terhadap key-in ditinjau dari jenis kelamin konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 0,087 (lebih kecil

dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,768$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).

- Sikap konsumen terhadap silabus ditinjau dari jenis kelamin konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 0,586 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,444$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).
  - Sikap konsumen terhadap penyajian materi ditinjau dari jenis kelamin konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 0,156 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(1)} = 3,841$ ) dengan probabilitas  $p = 0,692$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).
- b. Sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) berdasarkan jurusan konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 4,143 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,126$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) yang berarti bahwa  $H_0$  diterima yaitu tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) berdasarkan jurusan konsumen walaupun tidak ditunjukkan oleh masing-masing Jasa Kurikuler (JK) karena yang menunjukkan sikap yang sama hanya silabus dan penyajian materi sedangkan untuk kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS) dan key-in terdapat perbedaan sikap konsumen yaitu :
- Sikap konsumen terhadap kurikulum ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 7,612 (lebih besar

- dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,022$  (lebih kecil dari taraf nyata 0,05).
- Sikap konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 8,904 (lebih besar dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,012$  (lebih kecil dari taraf nyata 0,05).
  - Sikap konsumen terhadap key-in ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 6,602 (lebih besar dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,037$  (lebih kecil dari taraf nyata 0,05).
  - Sikap konsumen terhadap silabus ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 3,556 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,169$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).
  - Sikap konsumen terhadap penyajian materi ditinjau dari jurusan konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 4,445 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(2)} = 5,991$ ) dengan probabilitas  $p = 0,108$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).
- c. Sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) berdasarkan angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 3,077 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,545$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05) yang berarti bahwa  $H_0$  diterima

yaitu tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) berdasarkan angkatan tahun masuk konsumen yang juga ditunjukkan terhadap masing-masing Jasa Kurikuler (JK) yaitu :

- Sikap konsumen terhadap kurikulum ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 6,483 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,166$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).
- Sikap konsumen terhadap Rencana Akademik Semester (RAS) ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 3,637 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,457$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).
- Sikap konsumen terhadap key-in ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 0,371 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,985$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).
- Sikap konsumen terhadap silabus ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-Kuadrat 8,503 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,075$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).
- Sikap konsumen terhadap penyajian materi ditinjau dari angkatan tahun masuk konsumen diperoleh nilai H atau Kai-

Kuadrat 3,137 (lebih kecil dari  $X^2_{0,05(4)} = 9,488$ ) dengan probabilitas  $p = 0,535$  (lebih besar dari taraf nyata 0,05).

Berdasarkan hasil perhitungan dengan analisis Kruskal-Wallis H maka hipotesis mengenai adanya perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) ditinjau dari karakteristik konsumen yaitu : jenis kelamin, jurusan dan angkatan tahun masuk tidak terbukti. Hal ini dapat dilihat dari jumlah H hitung  $< X^2$ -tabel dengan taraf nyata  $\alpha$  dengan  $db=(k-1)$ , dimana  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap Jasa Perkuliahan khususnya Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan.

## 5.2 Saran

Dalam penulisan skripsi ini dan dari hasil penelitian yang dilakukan maka penulis dapat memberikan saran atau masukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (FE UII) yaitu :

- 1) Penilaian sikap yang sangat baik yang diberikan oleh konsumen yang dalam hal ini adalah mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia terhadap Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan yang meliputi : Kurikulum, Rencana Akademik Semester (RAS), Key-in, Silabus, dan Penyajian Materi sebaiknya terus dipertahankan agar kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap Jasa

Kurikuler (JK) yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia tidak menurun.

2) Bila dilihat dari urutan hasil perhitungan sikap konsumen terhadap Jasa Kurikuler (JK) yang ditawarkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia maka :

- Silabus yang berada di urutan pertama yang berarti lebih dekat dengan harapan konsumen harus dipertahankan dan terus dilakukan perubahan-perubahan yang selalu disesuaikan dengan kebutuhan dan harapan dari konsumennya sehingga silabus yang ditawarkan akan membentuk sikap konsumen yang semakin baik dari sebelumnya.
- Key-in yang berada di urutan kelima yang berarti semakin jauh dari harapan konsumen sebaiknya diberikan perhatian dan penanganan yang lebih serius dengan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan key-in itu sendiri sehingga akan diketahui penyebab dari pelaksanaan key-in yang tidak sesuai dengan harapan dan keinginan dari konsumen.

3) Khusus dalam pelaksanaan key-in penanganan dan perhatian yang lebih serius dapat dilakukan dengan :

- Mahasiswa-mahasiswi yang akan melaksanakan key-in harus sudah familiar dengan penggunaan komputer terutama dalam menggunakan internet sehingga pelaksanaan key-in dengan internet dapat berjalan lancar.

- Penambahan kapasitas server dalam melaksanakan key-in dengan internet yang selama ini tidak memenuhi kuota mahasiswa-mahasiswi yang akan melaksanakan key-in sehingga setiap mahasiswa dapat melakukan key-in dengan mudah.
- Jadwal key-in atau daftar pilihan mata kuliah untuk mahasiswa-mahasiswi yang akan melaksanakan key-in diharapkan telah dikeluarkan dalam jangka waktu yang cukup sebelum pelaksanaan key-in sehingga setiap mahasiswa dapat mempersiapkan jadwal key-in dengan sebaik mungkin.