

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses pembentukan *trust* pada industri jasa pendidikan Daniel Creative School dan dapat diketahui bahwa *satisfaction* dan *trust* ternyata memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas karena sebanyak 16 responden dari 17 responden menjadi loyal terhadap DCS setelah mereka mengetahui, mengenal dan mencoba *trial class* di Daniel Creative School.

Dari hasil analisis dan pembahasan atas penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Model pembentukan *trust* yang dialami oleh konsumen Daniel Creative School adalah enambelas orang reponden tersebut melalui *level of trust* keyakinan berdasarkan model Doney dan hanya satu orang responden memiliki model pembentukan *trust* tanpa melalui *level of trust* keyakinan.
2. Faktor - faktor yang dinilai oleh konsumen sebagai dasar pembentukan *trust* terhadap Daniel Creative School ada 13 faktor yaitu :
 - 1) Lokasi sekolah yang berada di lingkungan gereja
 - 2) Perkembangan anak
 - 3) Trial class

- 4) Biaya sekolah yang terjangkau
 - 5) Kinerja dan kualitas para guru
 - 6) Kualitas pendidikan
 - 7) Kurikulum
 - 8) Motto serta visi dan misi Daniel Creative School
 - 9) Pembentukan karakter rohani
 - 10) Gedung dan fasilitas yang masih baru
 - 11) Kebersihan
 - 12) Lingkungan pergaulan
 - 13) Dukungan suami
3. Setelah melakukan evaluasi dan analisis terhadap faktor-faktor yang dinilai oleh konsumen sebagai dasar pembentukan *trust* terhadap Daniel Creative School maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor - faktor dominan yang membentuk *trust* di Daniel Creative School ada lima faktor utama yaitu :
- 1) Faktor religi/moral
 - 2) Perkembangan anak
 - 3) Trial class
 - 4) Biaya sekolah yang terjangkau
 - 5) Kinerja dan kualitas para guru

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya mewawancarai tujuh belas responden saja dari tiga puluh responden yang diharapkan. Hal ini disebabkan karena sulitnya untuk meminta kesediaan responden meluangkan waktunya untuk diwawancarai serta keengganan dari para responden untuk diwawancarai.

Penelitian ini juga hanya mewawancarai konsumen yang menyekolahkan anaknya di Daniel Creative School. Dengan demikian hasil penelitian ini mungkin tidak sepenuhnya akurat bila diterapkan pada industri jasa pendidikan lain yang sejenis.

C. Saran dan Rekomendasi Penelitian Lanjutan

1. Saran

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian ini maka ada beberapa hal yang sebaiknya diperhatikan oleh Daniel Creative School :

1) Pihak manajemen Daniel Creative School harus melakukan upaya-upaya membentuk dan meningkatkan kepercayaan orangtua/wali murid terhadap Daniel Creative School, antara lain :

- Sebaiknya perlu dilakukan pelatihan bahasa Inggris oleh guru asing (*native teacher*) untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris para guru Daniel Creative School. Pelatihan ini sebaiknya dilakukan secara rutin dan sebelumnya sebaiknya diadakan tes untuk mengetahui level kemampuan bahasa Inggris masing-masing guru.

- Sebaiknya Daniel Creative School melakukan *trial class* secara rutin (misalnya tiga bulan sekali) karena *trial class* merupakan salah satu saluran promosi yang sangat efektif karena melalui *trial class* para orangtua dapat melihat serta mengetahui secara langsung mengenai materi, kurikulum yang diajarkan serta cara guru dalam menyampaikan materi serta cara guru pendekatan kepada anak-anak mereka sehingga bila ternyata mereka mendapati anak mereka cukup antusias di sekolah maka mereka akan segera mendaftarkan anak mereka di Daniel Creative School.
 - Daniel Creative School harus tetap menjaga kualitasnya meskipun uang sekolahnya tidak semahal sekolah-sekolah lain yang juga menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar mereka.
- 2) Karena peran *Word of Mouth* sangat berpengaruh besar dalam industri jasa maka sebaiknya Daniel Creative School membangun hubungan dan komunikasi yang baik dengan para orangtua serta terus berusaha meningkatkan kualitas, baik dari segi kualitas pendidikan, fasilitas maupun tenaga pengajarnya.
 - 3) Karena tidak ada tenaga marketing khusus yang memasarkan Daniel Creative School maka sebaiknya mulai ditanamkan dalam benak setiap staff Daniel Creative School (mulai dari kepala sekolah sampai pembantu umum) bahwa mereka semua adalah marketing sehingga mereka wajib menjaga nama baik Daniel Creative School serta memasarkan Daniel Creative School kepada orang-orang di sekitar mereka.

2. Rekomendasi Penelitian Lanjutan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disarankan untuk penelitian mendatang sebaiknya dilakukan pada obyek penelitian yang berbeda dengan kondisi dan lokasi obyek yang berbeda pula. Hal ini bermanfaat untuk menguji apakah faktor dan metode penelitian yang digunakan juga bisa berlaku untuk obyek penelitian yang berbeda dengan proses pembentukan *trust* yang berbeda pula.

