

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal mengenai pengaruh *Word of Mouth Marketing* terhadap keputusan orang tua memilih MTs. Sebagai tempat pendidikan.

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti. Di MTs. Fadllillah terbukti bahwa ada peningkatan jumlah siswa dari tahun 2011-2015. Bisa dilihat dari grafik 4.8
2. Dari uji analisis data menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *word of mouth marketing* terhadap keputusan orang tua memilih MTs. Fadllillah sebagai tempat pendidikan.

Ada dua pengujian hipotesis yang telah dilakukan melalui teknik analisis statistik yang pertama uji F yaitu, $F_{hitung} = 5,766$ dan $F_{tabel} = 3,922$, jadi $5,766 > 3,922$ maka H_a diterima dan H_o ditolak dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth marketing* terhadap keputusan orang tua memilih MTs. Fadllillah sebagai tempat pendidikan.

Kedua yaitu dengan analisis uji t yang menghasilkan signifikansi sebesar 0,019, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan data dari $t_{hitung} = 2.401$, $t_{tabel} = 1,980$ jika $2.401 > 1,980$ maka, H_0 ditolak dan H_a diterima berarti terdapat pengaruh *word of mouth marketing* terhadap keputusan orang tua memilih MTs. Fadllillah sebagai tempat pendidikan.

