

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Universitas Kristen Maranatha di Bandung serta hasil pengolahan data dari responden yang terdiri dari 100 orang mahasiswa yang SMA-nya di luar kota Bandung, maka penulis menarik kesimpulan menyeluruh untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Sesuai dengan identifikasi masalah yang pertama dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *Brand image* terhadap keputusan pemilihan universitas besarnya pengaruh sebesar 38%
2. Sesuai dengan identifikasi masalah yang kedua dapat disimpulkan bahwa *Brand image* dapat menyebabkan peningkatan jumlah mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha.
3. Sesuai dengan identifikasi masalah yang ketiga dapat disimpulkan bahwa penilaian mahasiswa terhadap kepuasan dan mutu pendidikan suatu universitas dapat di dipengaruhi oleh *Brand image*.

Secara keseluruhan terdapat pengaruh *Brand image* terhadap keputusan pemilihan universitas Maranatha, di mana besarnya pengaruh adalah 38%. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler (2009) mengungkapkan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat ataupun tidak terikat pada suatu produk fisik.

4. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa terdapat pengaruh *brand image* terhadap keputusan pemilihan universitas.

5.2 Saran

Saran bagi peneliti selanjutnya adalah agar memperluas penelitian ini, baik dalam hal responden maupun ruang lingkup penelitian dan Bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti topik ini secara lebih mendalam, maka peneliti menyarankan beberapa hal berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat memperluas lingkup penelitian yaitu tidak hanya pada satu universitas yang ada di Bandung, tetapi ke skala yang lebih besar. Demikian juga dengan respondennya, peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti di berbagai level fakultas.
2. Saran berikutnya adalah untuk menguji pengaruh faktor lainnya selain *Brand image* atas keputusan pemilihan di Universitas Kristen Maranatha. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menguji faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pemilihan,
3. Dalam hal jumlah sampel, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan lagi jumlah sampelnya.

Demikianlah beberapa saran yang dapat penulis sampaikan, semoga saran-saran ini dapat menyempurnakan penelitian – penelitian selanjutnya sehingga dapat menjadi alat yang semakin efektif dalam mendorong untuk menghasilkan penelitian terbaiknya.