

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Mengacu pada hasil penelitian yang sudah dilaksanakan oleh peneliti mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha angkatan 2020, maka penulis menarik kesimpulan yang tertera di bawah ini:

1. Hasil pengujian hipotesis ( $H_1$ ) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel citra merek terhadap keputusan pembelian pada Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Artinya Citra Merek Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha mempengaruhi Keputusan Pembelian dari mahasiswa Manajemen angkatan 2020 untuk berkuliah di Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha.
2. Dari hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Citra Merek sebagai variabel bebas memiliki kontribusi sebesar 63% terhadap Keputusan Pembelian pada Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha sebagai variabel terikat.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam penulisan karya tulis ini, peneliti sadari masih terdapat keterbatasan dalam melakukan penelitian ini diantaranya:

1. Dalam proses mengumpulkan data menggunakan kuesioner, kuesioner yang disebarkan hanya melalui *Google Form* sehingga kurangnya perhatian dari responden untuk mengisi *Google Form*, oleh itu sampel yang dipakai dalam penelitian ini terbatas.
2. Masih terbatasnya jumlah sampel yang diambil, sehingga masih kurang untuk menggambarkan keadaan sesungguhnya dan juga para responden belum mengalami perkuliahan secara *on site* (tatap muka di tempat).

### **5.3 Implikasi Penelitian**

Implikasi penelitian untuk penelitian ini adalah untuk Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha yang sudah cukup bagus dalam menciptakan citra merek tetapi harus lebih ditingkatkan karena persaingan di industri perguruan tinggi sangatlah ketat dan memiliki citra merek yang baik dapat membuat keputusan konsumen untuk memilih Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha menjadi sangat mudah untuk percaya akan kualitas dari Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

### **5.4 Saran**

Berdasar pada hasil pembahasan dari penelitian dan kesimpulan diatas, untuk itu peneliti memberi saran agar menjadi bahan masukan dan pertimbangan yang diharapkan memiliki manfaat untuk pihak-pihak terkait:

1. Bagi Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha

- a. Mengacu pada hasil penelitian variabel citra merek, data yang terendah adalah item pertanyaan mengenai “Ketika saya memperhatikan logo dari Universitas Kristen Maranatha logo tersebut menarik perhatian”. Diharapkan Universitas Kristen Maranatha dapat memperbaharui, memutasi atau menyegarkan logo seiring dengan perkembangan zaman agar logo dapat lebih menarik perhatian banyak orang yang nantinya juga akan membuat citra merek Universitas Kristen Maranatha semakin baik. Lalu item pertanyaan yang mendapatkan hasil rendah juga adalah “Saya menilai biaya yang harus saya keluarkan sesuai dengan kepuasan yang saya dapatkan setelah kuliah di Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha”. Diharapkan bagi Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha untuk dapat meningkatkan kualitas, mutu, dan pelayanan dengan maksimal agar mahasiswa merasa biaya yang dikeluarkan sesuai dengan kepuasan yang mahasiswa terima selama berkuliah. Hal lain yang dapat menjadi masukan bagi Universitas Kristen Maranatha adalah dengan meningkatkan fasilitas penunjang seperti pengelolaan *web* *CLS* dan *SAT* agar terhindar dari sistem yang bermasalah yang bermanfaat untuk menunjang kegiatan belajar mengajar *online* dan juga agar mahasiswa ketika membutuhkan informasi atau transkrip nilai dapat dengan mudah untuk mengaksesnya. Untuk Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha secara spesifik harus tetap dapat mempertahankan akreditasi A agar citra merek Program Studi Manajemen tetap unggul.

Salah satu cara agar akreditasi A tetap dapat dipertahankan adalah dengan cara melakukan standarisasi performa setiap dosen agar kualitas dan mutu didik tetap bagus dan tetap dapat menghasilkan lulusan-lulusan yang berkompeten.

- b. Mengacu pada hasil penelitian variabel citra merek, data yang terendah adalah item pertanyaan mengenai “Pada saat saya menanyakan informasi mengenai universitas yang memiliki kualitas baik maka akan direkomendasikan Universitas Kristen Maranatha”. Diharapkan bagi pihak Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha untuk dapat meningkatkan rasa kepercayaan mahasiswa pada kualitas yang diterima selama menjadi mahasiswa. Salah satu caranya adalah dengan menaikkan standar penilaian sehingga mahasiswa membutuhkan usaha yang lebih untuk lulus dan mendapat gelar sarjana sehingga ketika orang-orang bertanya akan Universitas Kristen Maranatha khususnya Program Studi Manajemen, mahasiswa bersangkutan dapat meyakinkan orang lain bahwa Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha adalah program studi dan universitas yang baik. Sehingga nantinya akan memudahkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dalam memilih universitas dan program studi yang baik.

## 2. Bagi Peneliti selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan agar mengambil sampel dengan ukuran lebih banyak guna meningkatkan keakuratan data agar lebih baik

- b. Diharapkan juga, melanjutkan penelitian serupa kepada pihak-pihak terkait agar dapat mengetahui dan memberi masukan mengenai hal-hal yang perlu ditingkatkan dari citra merek Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha agar dapat menarik calon mahasiswa untuk masuk ke Universitas Kristen Maranatha.

