

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh beberapa data mengenai responden. Diantaranya adalah jumlah responden didominasi oleh pria dengan jumlah presentasi lebih dari setengah jumlah responden. Responden terbanyak berasal dari usia 17 tahun yang memiliki uang saku sebesar Rp. 1.000.001 – Rp 1.500.000. Setiap variable pada penelitian ini memperoleh rata-rata skor dengan kategori tinggi. Hasil pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa brand image dan reputasi universitas memberikan kontribusi terhadap minat masuk mahasiswa Hal tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan dari *brand image* dan reputasi universitas masih dapat yang dilakukan oleh pihak manajemen universitas dan pihak dosennya.

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa *brand image* yang diukur oleh minat mahasiswa memiliki kontribusi yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya minat mahasiswa. Artinya tinggi rendahnya minat mahasiswa dapat dijelaskan oleh brand image. Berdasarkan penemuan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa “ *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masuk”.

Reputasi universitas yang diukur oleh minat mahasiswa memiliki kontribusi yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya minat mahasiswa. Artinya tinggi rendahnya minat mahasiswa dijelaskan oleh reputasi universitas. Berdasarkan penemuan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa “ Reputasi Universitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masuk”

Berdasarkan hasil Model Summary, Anova, Koefisien Standar dan Korelasi variabel dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara Brand Image terhadap Minat Masuk, terdapat hubungan yang signifikan antara Reputasi terhadap Minat Masuk..

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa hal yang disarankan untuk penelitian ini :

1. Pada variabel brand image terdapat indikator yang memiliki nilai terendah. Indikator tersebut adalah biaya kuliah di Universitas Widyatama mampu bersaing dengan universitas lain dengan nilai sebesar 45,8%. Hal tersebut menggambarkan bahwa responden berpendapat bahwa biaya kuliah di Universitas Widyatama tidak dapat bersaing dengan universitas lainnya. Hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi pihak management Universitas Widyatama untuk mempertimbangkan dan membuat strategi baru dalam penentuan biaya kuliah di Universitas Widyatama. Hal tersebut menggambarkan bahwa biaya kuliah yang harus dibayarkan tidak sesuai dengan fasilitas yang seharusnya atau bahkan terlalu berlebihan.
2. Indikator terendah pada reputasi universitas adalah Universitas Widyatama dipercaya sebagai universitas yang menghasilkan alumni yang berkualitas dengan nilai sebesar 61,3 %. Meskipun nilai 61,3 % tergolong tinggi namun diantara indikator lain di reputasi universitas merupakan nilai terendah. Hal tersebut menggambarkan bahwa responden kurang mempercayai Universitas Widyatama sebagai universitas yang menghasilkan alumni yang berkualitas. Sehingga universitas perlu melakukan sebuah tindakan persiapan kepada para mahasiswanya agar menjadi alumni yang berkualitas. Pendekatannya tidak hanya kepada mahasiswa yang belum lulus, tetapi kepada alumni sehingga membantu memperoleh pekerjaan dan memiliki kualitas yang tinggi.
3. Pada variabel terakhir yaitu minat masuk item yang mendapatkan nilai terendah adalah item yang terkait dengan pernyataan “ Memiliki keinginan untuk mencoba berkuliah di Universitas Widyatama “ sebesar 42,7 %. Hal tersebut menggambarkan bahwa responden kurang memiliki keinginan untuk berkuliah di Universitas Widyatama. Hal tersebut menggambarkan bahwa ada hal-hal yang tidak sesuai dengan harapan responden. Ini dapat terlihat dari indikator lain yang memiliki persentase tertinggi yaitu pernyataan “Sebelum

menjadi mahasiswa Universitas Widyatama memiliki keinginan untuk melakukan survey langsung ke Universitas Widyatama” sebesar 67,4 %. Meskipun telah melakukan survey namun keinginan untuk berkuliah di Universitas Widyatama justru malah sangat rendah. Dapat diartikan bahwa ada sebuah ketidakpuasan dan ketidaksesuaian mengenai Universitas Widyatama saat melakukan survei.

