

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa mengikuti Program Pertukaran Mahasiswa Merdeka di Universitas Padjadjaran. Dapat dilihat dari hasil uji t tersebut yaitu nilai t hitung $> t$ tabel, dengan nilai signifikansi $<0,05$ sehingga hipotesis dapat diterima. Hal ini berarti semakin tingginya nilai *Brand Image* yang dimiliki oleh Universitas Padjadjaran, maka akan semakin banyak pula mahasiswa yang akan memilih UNPAD sebagai pilihan Universitas untuk mengikuti PMM.
2. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa mengikuti Program Pertukaran Mahasiswa Merdeka di Universitas Padjadjaran. Dapat dilihat dari hasil uji t tersebut yaitu t hitung $> t$ tabel dengan nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga hipotesis dapat diterima. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Universitas Padjadjaran terhadap mahasiswa/i nya, maka pelayanan ini akan menentukan banyaknya mahasiswa/i memilih UNPAD sebagai pilihan Universitas untuk mengikuti PMM.
3. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa

mengikuti Program Pertukaran Mahasiswa Merdeka di Universitas Padjadjaran. Dapat dilihat dari hasil uji t tersebut yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga hipotesis dapat diterima. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa/i alumni PMM UNPAD, maka rekomendasi dari lulusan mahasiswa PMM akan memberikan dampak kepada calon mahasiswa yang akan mengikuti PMM di UNPAD.

4. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (uji f) menunjukkan bahwa variabel *Brand Image*, kualitas pelayanan, dan *Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa mengikuti Program Pertukaran Mahasiswa Merdeka di Universitas Padjadjaran. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai 62,2% yang mana menjelaskan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa mengikuti program PMM di Universitas Padjadjaran, dan sisanya 37,8% dijelaskan oleh variabel lain, sehingga hipotesis dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian analisis data dan pembahasan, maka peneliti menyarankan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Universitas

Sebaiknya Universitas Padjadjaran harus lebih meningkatkan serta memperhatikan *Brand Image*, kualitas pelayanan, dan *Word Of Mouth* yang akan disampaikan oleh mahasiswa/i yang pernah mengikuti PMM di Universitas Padjadjaran agar membuat mahasiswa/i lebih tertarik untuk mengikuti program PMM ke Universitas Padjadjaran dan semakin meningkat di setiap pelaksanaan program PMM ini.

2. Bagi Mahasiswa

Peneliti menyarankan agar mahasiswa/i yang akan mengikuti program PMM di Universitas Padjadjaran dapat mencari berbagai informasi terkait pelaksanaan PMM di Universitas Padjadjaran melalui beberapa variabel seperti *Brand Image* yang dimiliki, pelayanan yang diberikan kepada anak PMM, serta dengarkan penjelasan-penjelasan terkait PMM di Universitas Padjadjaran yang diberikan oleh mahasiswa/i yang mengikuti PMM di Universitas Padjadjaran sebelumnya. Dan juga lebih meyakinkan diri sendiri dalam mengikuti program PMM di Universitas Padjadjaran ini sendiri. Sehingga lebih banyak yang akan mengikuti program Pertukaran Mahasiswa Merdeka ini nantinya.