

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya tentang Pengaruh Biaya Pendidikan Yang di Persepsikan, Reputasi Perguruan Tinggi Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Di Universitas Nasional sebagai berikut:

1. Biaya Pendidikan Yang di Persepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas Nasional Artinya Semakin tinggi persepsi calon mahasiswa terhadap biaya pendidikan di UNAS maka akan semakin tinggi keyakinan mahasiswa memutuskan memilih UNAS.
2. Reputasi Perguruan Tinggi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas Nasional. Artinya semakin baik UNAS, maka semakin banyak calon mahasiswa yang memutuskan untuk memilih kuliah di UNAS. Reputasi merupakan variable yang memiliki kontribusi paling tinggi dalam penelitian ini.
3. Kelompok Referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi di Universitas Nasional. Artinya semakin banyak kelompok referensi yang merekomendasikan UNAS, maka semakin banyak calon mahasiswa yang memutuskan untuk memilih kuliah di UNAS.

#### B. Saran

Berdasarkan pembahasan, dan kesimpulan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Universitas Nasional

Untuk meningkatkan keputusan mahasiswa memilih UNAS maka UNAS harus :

- a. Membuat klasifikasi market terlebih dahulu dan memetakan universitas-universitas yang memiliki target market yang sama.
  - b. Melakukan benchmarking ke universitas-universitas yang telah dipetakan dan membuat perbandingan terkait kebijakan pembiayaan dan citra perguruan tinggi
  - c. Membuat perencanaan peningkatan kualitas berdasarkan hasil perbandingan yang telah dibuat
  - d. Membangun reputasi melalui Lembaga-lembaga pemeringkatan nasional dan internasional, akreditasi Internasional, dan lain-lain.
  - e. Membuat agen-agen promosi yang berisi civitas akademi unas seperti dosen, mahasiswa, alumni, karyawan dan memberikan informasi mendalam terkait dengan program-program UNAS, kurikulum, sarana prasarana, dan lain-lain.
  - f. Membuat strategi-strategi yg membangkitkan minat mahasiswa untuk membuat rekomendasi seperti reward untuk setiap review dan rekomendasi, kegiatan story telling alumni pada kegiatan-kegiatan tertentu dan dipublikasikan.
2. Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang berbeda dalam determinan keputusan pembelian, selain itu dapat juga menggunakan produk yang berbeda dalam penelitiannya.