

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh *Social Media Marketing*, *Kualitas Web*, *Brand Awareness*, dan *Persepsi Harga* terhadap *Kepuasan Pelanggan Mindo Education* pada mahasiswa Institut Pertanian Bogor, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Kepuasan Pelanggan Mindo Education*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran melalui media sosial belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun media sosial *Mindo Education* berperan dalam membentuk ekspektasi awal mahasiswa, faktor tersebut belum cukup kuat untuk secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan tanpa diimbangi dengan kinerja layanan inti yang optimal.
2. *Kualitas Web* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Kepuasan Pelanggan Mindo Education*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas website *Mindo Education* belum menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memprioritaskan manfaat pembelajaran dan hasil yang diperoleh dibandingkan aspek teknis website, sehingga kualitas web hanya dianggap sebagai faktor pendukung.
3. *Brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Kepuasan Pelanggan Mindo Education*. Tingginya tingkat kesadaran mahasiswa terhadap merek *Mindo Education* terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. *Brand awareness* yang kuat membentuk kepercayaan dan ekspektasi positif terhadap layanan, sehingga ketika pengalaman aktual sesuai dengan citra merek, kepuasan pelanggan pun meningkat.

4. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mindo Education. Mahasiswa menilai bahwa harga yang ditetapkan Mindo Education sebanding dengan manfaat dan kualitas layanan yang diterima. Persepsi harga yang wajar dan kompetitif menciptakan nilai yang dirasakan (*perceived value*) sehingga berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, yang menganalisis Pengaruh *Social Media Marketing*, Kualitas Web, *Brand Awareness*, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Mindo Education di Institut Pertanian Bogor maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut.

1. Mindo Education disarankan untuk menyelaraskan konten promosi di media sosial dengan pengalaman nyata yang dirasakan pelanggan, sehingga ekspektasi yang terbentuk tidak menimbulkan ketidaksesuaian yang dapat menurunkan kepuasan.
2. Mindo Education disarankan perlu mengoptimalkan fungsi website sebagai pendukung pengalaman belajar. Meskipun kualitas web tidak berpengaruh signifikan, perbaikan pada aspek kemudahan navigasi, kejelasan informasi, dan kecepatan akses tetap perlu dilakukan agar website mampu mendukung proses pembelajaran secara lebih efektif.
3. Mindo Education disarankan untuk terus membangun citra merek melalui konsistensi kualitas layanan, testimoni pengguna, serta kolaborasi dengan institusi pendidikan agar kepercayaan dan kepuasan pelanggan tetap terjaga.
4. Mindo Education disarankan menjaga strategi penetapan harga yang sesuai dengan nilai manfaat. Persepsi harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga Mindo Education perlu mempertahankan harga yang kompetitif serta transparan agar mahasiswa merasa memperoleh *value for money*.