

## **BAB VII PENUTUP**

### **7.1 Simpulan**

Sesuai dengan hasil penelitian dan pembahasan hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya serta dengan memperhatikan tujuan penelitian yang ditetapkan maka penelitian ini memiliki simpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *e-wom* mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi teori kualitas pelayanan oleh Tjiptono (2014) dan Kotler & Keller (2016); teori *e-wom* oleh Kotler & Keller (2016); dan teori perilaku konsumen oleh Sangadji Shopiah (2013), Fahmi Idris (2016), Indrawati (2017), dan Nugroho (2019). Hasil penelitian ini secara langsung mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rachbini (2021); Patrada & Andjani (2020); Abdulah uslu (2020); Chia-Lin Shu et al (2020); Sidra Shehzadi et al (2020); dan Kamaruddin et al (2021) dimana menyatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap *e-wom* mahasiswa.
2. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini dapat mengkonfirmasi teori kualitas pelayanan dari Tjiptono (2014), Kotler & Keller (2016), teori Sikap oleh Nugroho S (2019); dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen dan Fishbein, (1975) dalam Indrawati (2017). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Prebntice, Brady, & Mc Laughl (2018); Ghobehei (2019); Ahmed Demir et al (2020); Sartaj & Ajoy (2020); dan Intalar & Yodpram (2021) dimana menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa
3. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi teori kualitas pelayanan oleh Tjiptono (2014) dan Kotler & Keller (2016), teori keputusan pembelian oleh Irfam Fahmi (2016) dan Tjiptono & Diana (2019); dan teori perilaku konsumen oleh Sangadji Shopiah (2013), Fahmi Idris (2016), Indrawati (2017), dan Nugroho (2019). Hasil penelitian ini secara langsung mendukung penelitian yang dilakukan oleh Harahap dan Amanah (2018); Afshan Azam (2018); Mc Laughlin et al (2018); Hanif Othman (2019); Regina Fortunata (2020); dan Assakhir & Permana (2021); dan Buchori & Harwani (2021) dimana menunjukkan bahwa berpengaruh kualitas pelayanan signifikan

terhadap keputusan mahasiswa memilih Perguruan Tinggi.

4. Hasil penelitian menunjukkan citra merek berpengaruh signifikan terhadap *e-wom* mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi teori citra merek oleh Suryani (2013), Amirullah (2021), dan Nugroho S (2019); teori *e-wom* oleh Kotler & Keller (2016) dan Suryani (2013); dan teori perilaku konsumen oleh Sangadji Shopiah (2013), Fahmi Idris (2016), Indrawati (2017), dan Nugroho (2019). Hasil penelitian ini mendukung Penelitian yang dilakukan oleh Sumatias et al (2016); Lee & Svetlana (2019) Kim Leng (2020); Norbani Che-Ha et al (2020); dan Hongfei Liu (2020) dimana menunjukkan bahwa *brand image* (citra merek) perguruan tinggi berpengaruh signifikan terhadap *e-wom* mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.
5. Hasil penelitian menunjukkan citra merek berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi teori citra merek oleh Suryani (2013), Amirullah (2021), dan Nugroho S (2019); teori sikap oleh Nugroho S (2019); dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) Ajzen dan Fishbein, (1975) dalam Indrawati (2017). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Viraiyan Teeroovengadum et al (2019); Afzaal Ali et al (2020); Lawal et al (2020); Al Douri et al (2021); dan Erkan, Unal & Acikgoz (2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek perguruan tinggi berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa.
6. Hasil penelitian menunjukkan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi teori citra merek oleh Suryani, (2013); Amirullah (2021); Nugroho S (2019), teori keputusan pembelian oleh Irfam Fahmi (2016) dan Tjiptono & Diana (2019) dan teori perilaku konsumen oleh Sangadji Shopiah (2013); Fahmi Idris (2016), Indrawati (2017), dan Nugroho (2019). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agusty leo, et al (2017); Bui Hyong Khoi (2019); Hong Thi Que (2019); Merli Tamtik (2019); Lei Zhu (2019); Ester dan Nasib (2020); dan Christophorus et al (2020) dimana hasil penelitian menunjukkan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa Perguruan Tinggi.
7. Hasil penelitian menunjukkan media sosial berpengaruh signifikan terhadap *e-wom* mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi teori media sosial oleh Indrawati (2017) dan Tjiptono & Diana (2019), teori *e-wom* oleh Kotler & Keller (2016),

- Suryani (2013); dan teori Perilaku Konsumen Sangadji Shopiah (2013), Fahmi Idris (2016), Indrawati (2017), dan Nugroho (2019). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Purga, Bertosik (2018); Dobele & Robinson (2019); Potura & softic (2019); Anita Whiting et al (2019); dan Sagynbekova (2020) yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap *electronic word of mouth* mahasiswa.
8. Hasil penelitian menunjukkan media sosial berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini mengonfirmasi teori media sosial oleh Indrawati (2017) dan Tjiptono & Diana (2019); teori sikap oleh Nugroho S (2019); dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) Ajzen dan Fishbein (1975) dalam Indrawati (2017). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Duffet, Rodney (2017); Laoli et al (2018); Alshetti, Ahmed (2019); Rebeca dan Eva (2020); dan Ramo Palalic et al (2020) yang menyatakan media sosial berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa.
  9. Hasil penelitian menunjukkan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi teori media sosial oleh Indrawati (2017) dan Tjiptono & Diana (2019), teori keputusan pembelian oleh Irfam Fahmi (2016) dan Tjiptono & Diana (2019); dan teori perilaku konsumen oleh Sangadji Shopiah (2013), Fahmi Idris (2016), Indrawati (2017), dan Nugroho (2019). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Poturak & Turkyilmaz (2018); Mohd Aeshah et al (2019); Vikas Gupta (2019); Gabriel Simiyu et al (2020); dan Ishak Fikri et al (2021) dimana hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap keputusan mahasiswa memilih Perguruan Tinggi Swasta.
  10. Hasil penelitian menunjukkan *e-wom* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi teori *e-wom* oleh Kotler & Keller (2016) dan Suryani (2013); teori keputusan pembelian oleh Irfam Fahmi (2016) dan Tjiptono & Diana (2019); dan teori perilaku konsumen oleh Sangadji Shopiah (2013), Fahmi Idris (2016), Indrawati (2017), dan Nugroho (2019). Hasil penelitian ini mendukung peneliti sebelumnya yaitu: Mersid Poturak, Merve Turkyilmaz (2018); Huijuan Yang (2019); Balro & Hamid (2019); Dobelea & Linda J. Robinson (2019); Adrian & Christophorus (2020); dan Roya Sadat Alavi et al (2020) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *e-wom* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi.

11. Hasil penelitian menunjukkan sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Perguruan Tinggi Swasta di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi teori sikap oleh Nugroho S (2019), teori keputusan pembelian oleh Irfam Fahmi (2016); Tjiptono & Diana (2019) dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) Ajzen dan Fishbein, (1975 dalam Indrawati (2017). Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Moses et a
12. l (2018); Aleksieva et al (2018); Iqbal Imaria (2020); Shahla Ali Ahmed (2020); dan Fevzi Okumus (2021) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi.

## 7.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka untuk beberapa pihak yang terkait dengan penelitian ini disampaikan beberapa saran sebagai berikut.

### 7.2.1 Bagi Pengelola Perguruan Tinggi Swasta Yang Terakreditasi AIPT “A atau Unggul” di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah

1. Pengelola Perguruan Tinggi Swasta yang terakreditasi AIPT “A atau Unggul” di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah perlu meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada item yang menjadi jawaban terendah mahasiswa yaitu pada item *assurance*, sehingga Perguruan Tinggi Swasta harus lebih meningkatkan kinerja staf Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) dalam menyampaikan informasi harus sangat jelas, Staf Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) harus selalu ada sesuai jadwal jam kerja, Pelayanan di Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) sesuai dengan prosedur Perguruan Tinggi.
2. Pengelola Perguruan Tinggi Swasta yang terakreditasi AIPT “A atau Unggul” di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah perlu meningkatkan citra merek terutama pada item yang menjadi jawaban terendah mahasiswa yaitu pada citra perguruan tinggi itu sendiri, sehingga Perguruan Tinggi Swasta harus mempertahankan dan meningkatkan status akreditasi Perguruan Tinggi, meningkatkan prestasi dari dosen-dosen pengajar dan berusaha mendapat penghargaan baik di Tingkat Nasional dan Internasional.
3. Pengelola Perguruan Tinggi Swasta yang terakreditasi AIPT “A atau Unggul” di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah perlu meningkatkan peran media sosial terutama pada item yang menjadi jawaban terendah

mahasiswa yaitu kualitas informasi, sehingga Informasi media sosial terkait aktivitas sivitas akademik perguruan tinggi harus lebih mudah untuk diakses, Kualitas informasi yang diviralkan di media sosial Perguruan Tinggi lebih akurat, Informasi yang ditampilkan di media sosial Perguruan Tinggi riil sesuai kondisi perguruan tinggi.

4. Pengelola Perguruan Tinggi Swasta yang terakreditasi AIPT “A atau Unggul” di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah perlu meningkatkan *e-wom* terutama pada item yang menjadi jawaban terendah mahasiswa yaitu kejelasan informasi, sehingga Perguruan Tinggi Swasta harus lebih intensif dalam menggunakan status whatsapp mahasiswa Perguruan Tinggi ini, meningkatkan postingan di akun mahasiswa Perguruan Tinggi ini sehingga calon mahasiswa bisa mendapat banyak informasi, selain itu juga perlu memperbaiki informasi mengenai Perguruan Tinggi Swasta yang didapat dari akun alumni.
5. Pengelola Perguruan Tinggi Swasta yang terakreditasi AIPT “A atau Unggul” di LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah perlu meningkatkan sikap terutama pada item yang menjadi jawaban terendah mahasiswa yaitu kemauan untuk menghargai. Oleh karena itu perlu bagi Perguruan Tinggi Swasta untuk meningkatkan tanggapan mahasiswa yang sangat luar biasa terhadap perguruan tinggi, mahasiswa bisa menghargai setiap proses pendaftaran yang ada di Perguruan Tinggi, dan meningkatkan kebanggaan mahasiswa perguruan Tinggi tempat melanjutkan studinya merupakan Perguruan Tinggi yang favorit

### **7.2.2 Bagi Peneliti Yang Akan Datang**

1. Peneliti yang akan datang diharapkan dapat memunculkan stimulus munculnya perilaku pada masyarakat kampus maupun masyarakat luas, dengan menjustifikasi variabel-variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti harga (biaya), promosi, lokasi, dan variabel lainnya yang tidak penulis teliti sehingga bisa ditemukan model-model interaksi variabel lain yang bisa mengembangkan manajemen pemasaran tepatnya manajemen pemasaran jasa pada ranah pendidikan tinggi, khususnya Perguruan Tinggi Swasta (PTS) sehingga diharapkan dapat semakin memperkokoh implementasi *Theory of Reasoned Action* (TRA)
2. Penelitian lanjutan diharapkan dapat memunculkan kebaruan dengan mengganti atau menambahkan indikator yang berbeda pada variabel penelitian yang ada dalam model hubungan interaksi variabel pada kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini atau dengan

menambahkan indikator yang berbeda pada variabel penelitian yang berbeda yang sama-sama memengaruhi keputusan mahasiswa ketika memilih Perguruan Tinggi Swasta (PTS).