

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil analisis data tentang analisis pengaruh kualitas layanan dan citra merek institusi terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui kepuasan sebagai variabel mediasi yaitu:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Peneliti ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan maka akan meningkatkan kepuasan.
2. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Peneliti ini menunjukkan semakin baik citra merek institusi maka akan meningkatkan kepuasan.
3. Kualitas layanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Peneliti ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan maka akan meningkatkan loyalitas.
4. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Peneliti ini menunjukkan semakin baik citra merek maka akan meningkatkan loyalitas.
5. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Peneliti ini menunjukkan semakin baik kepuasan maka akan meningkatkan loyalitas.

6. Kepuasan secara signifikan memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas. Peneliti ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan maka akan menciptakan kepuasan, dan berdampak pada meningkatkan loyalitas.
7. Kepuasan secara signifikan memediasi Citra merek Institusi terhadap Loyalitas. Peneliti ini menunjukkan semakin baik citra merek institusi maka akan menciptakan kepuasan, dan berdampak pada meningkatkan loyalitas.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas mahasiswa dalam penelitian ini hanya terdiri kualitas layanan, citra merek institusi dan dimediasi oleh kepuasan, padahal masih banyak faktor lain yang dapat menerangkan loyalitas mahasiswa khususnya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Adanya keterbatasan penelitian ini dengan menggunakan kuesioner, yaitu terkadang jawaban yang diberikan responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Penelitian ini dilakukan hanya pada responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sehingga memungkinkan terdapat perbedaan hasil baik untuk pembahasan maupun kesimpulan untuk penelitian di Fakultas lainnya.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Isntitusi, hasil penelitian ini dapat melengkapi literatur pemasaran dan akan menambah pengetahuan baru tentang empat variabel: kualitas layanan, citra merek institusi, loyalitas mahasiswa, dan kepuasan mahasiswa. Ketika dikombinasikan dapat menyediakan atribut yang kuat, sehingga dapat digunakan dalam mengidentifikasi celah pasar guna mengembangkan strategi untuk memenangkan persaingan di industri jasa pendidikan, juga menjadi bahan inprofisasi untuk Universitas Muhammadiyah Yogyakarta kedepannya.
2. Berhubungan dengan tumbuh kembangnya jasa pendidikan, untuk penelitian yang akan datang sebaiknya memasukkan variabel lain yang dipandang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mahasiswa, seperti harga, promosi dan keputusan.