

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan “Pengaruh *Relationship Quality*, *Marketing Communication*, *Brand Image*, *Reference Group*, dan *Location* Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta (PTS)”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Relationship Quality* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta (PTS).
2. *Marketing Communication* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta (PTS).
3. *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta (PTS).
4. *Reference Group* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta (PTS).
5. *Location* tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta (PTS).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran bagi Perguruan Tinggi Swasta maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Perguruan Tinggi Swasta (PTS)

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan kepada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan), *Marketing Communication* (Komunikasi Pemasaran), dan *Reference Group* (Kelompok Referensi) guna meningkatkan jumlah mahasiswanya.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, guna pengembangan penelitian maka peneliti menyarankan untuk penelitian mendatang untuk melakukan