

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil data penelitian dan analisis yang telah dilakukan terlihat adanya pengaruh antara variabel *Word Of Mouth*, Citra Merek dan Lokasi terhadap Minat Mahasiswa melanjutkan studi S2 di Fakultas Ekonomi Magister Manajemen Ubhara Jaya, menurut hasil dan analisis koefisien determinasi yang telah dilakukan, menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,449 atau 44,9%. Hal tersebut berarti bahwa 44,9% variabel minat mahasiswa di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2016 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel *independen*, yaitu *Word Of Mouth*, Citra Merek (*Brand Image*) dan Lokasi. Sedangkan sisanya 44,9% dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang ada di luar variabel pada penelitian ini.

5.2 Implikasi manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang ingin penulis utarakan, sebagai berikut :

1. Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen perlu mempertahankan Citra Merek dan meningkatkan kualitas pembelajaran sehingga meningkatnya Minat Mahasiswa yang akan melanjutkan Studi S2.
2. Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen harus mempertahankan Citra Merek yang mempengaruhi *Word Of Mouth* (informasi dari mulut ke mulut) yang positif di kalangan masyarakat dan mahasiswa/i Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Ubhara perlu melakukan promosi lebih luas lagi untuk memperkenalkan jasa pendidikan pada masyarakat umum sehingga Minat Mahasiswa melanjutkan Studi meningkat.
4. Peneliti hanya meneliti tiga faktor variabel yaitu *Word Of Mouth*, Citra Merek dan Lokasi yang mempengaruhi Minat Mahasiswa melanjutkan studi S2 di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Ubhara Jaya. Untuk peneliti yang akan datang diharapkan memperluas faktor-faktor lainnya.