

## BAB V

### SIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### A. Simpulan

Sesuai hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya memperlihatkan:

1. Citra merek berpengaruh positif terhadap kepercayaan merek.
2. Kesadaran merek berpengaruh positif terhadap kepercayaan merek.
3. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan mendaftar biMBA AIUEO.
4. Kesadaran merek berpengaruh positif terhadap keputusan mendaftar biMBA AIUEO.
5. Kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap keputusan mendaftar biMBA AIUEO.
6. Kepercayaan merek memediasi pengaruh citra merek terhadap keputusan mendaftar biMBA AIUEO.
7. Kepercayaan merek memediasi pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan mendaftar biMBA AIUEO.

Sesuai penjabaran hipotesis di atas, maka dapat diperoleh simpulan atas masalah penelitian yakni dalam persaingan lembaga pendidikan yang makin ketat, keputusan mendaftar biMBA AIUEO dipengaruhi oleh citra merek, kesadaran merek, dan kepercayaan merek. Kemudian, kepercayaan merek dipengaruhi oleh citra merek dan

kesadaran merek serta kepercayaan merek memediasi pengaruh antara citra merek dan kesadaran merek pada keputusan mendaftar biMBA AIUEO.

## **B. Rekomendasi**

### **1. Rekomendasi Manajerial**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh biMBA AIUEO untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka dengan meningkatkan citra merek, kesadaran merek, dan kepercayaan merek sehingga diharapkan dapat meningkatkan keputusan mendaftar biMBA AIUEO. Sesuai simpulan tersebut, dapat dirumuskan rekomendasi untuk meningkatkan keputusan mendaftar biMBA AIUEO dengan cara:

- a. biMBA AIUEO harus meningkatkan citra merek positif yang dimiliki dengan cara meningkatkan keamanan merek melalui peningkatan kualitas SDM atau tenaga pengajar (tutor) biMBA AIUEO, meningkatkan keandalan dan kualitas merek dengan cara meningkatkan kualitas proses pembelajaran dan kualitas metode yang digunakan, meningkatkan kemenarikan merek dan kesan menyenangkan dengan cara mempertahankan metode yang digunakan karena metode itu berbeda dengan kebanyakan lembaga pendidikan serupa maka menjadi daya tarik yang dimiliki biMBA AIUEO.
- b. Meningkatkan kesadaran merek masyarakat dengan cara memperbanyak penyebaran unit di berbagai wilayah dan

memanfaatkan media sosial yang ada supaya masyarakat tidak hanya menyadari adanya biMBA AIUEO melalui keberadaan unit yang tersebar, meningkatkan *brand recall* masyarakat dengan cara lebih menonjolkan logo yang mempunyai warna khas. Kemudian, menjadikan biMBA AIUEO menempati puncak pikiran masyarakat saat mengingat lembaga pendidikan anak usia dini dengan cara lebih sering memperkenalkan biMBA AIUEO kepada masyarakat.

- c. Meningkatkan kepercayaan merek masyarakat dengan cara meningkatkan keandalan merek melalui metode dan proses pembelajaran yang berkualitas sehingga dapat memberi hasil yang memuaskan, meningkatkan kejujuran dengan cara proses pembelajaran dilaksanakan sesuai visi dan misinya maka dapat memberi hasil yang sesuai seperti yang dijanjikan, meningkatkan rasa aman dengan cara meningkatkan kualitas SDM atau tutor pengajar biMBA AIUEO.

## 2. Rekomendasi Teoritis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Sesuai hasil dari penelitian dan keterbatasan penelitian yang ada, maka saran untuk penelitian berikutnya yang mengacu pada penelitian ini yakni dengan memperhatikan karakteristik pendidikan responden atau kemampuan responden dalam pengisian kuesioner supaya dalam penyebaran kuesioner lebih efektif dan efisien.

### C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yakni tingkat pengembalian kuesioner dengan *google form* melalui whatsapp yang diharapkan mampu menjangkau banyak responden di berbagai wilayah rendah karena kurang mendapatkan respon yang baik dari orang tua peserta didik. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan masih banyak orang tua yang tidak begitu paham dengan pengisian kuesioner melalui *google form*, sedangkan penyebaran kuesioner secara langsung dengan *paper based* juga kurang efisien untuk menjangkau responden di wilayah yang luas. Kemudian, tidak semua pertanyaan terbuka pada kuesioner penelitian ini terisi secara lengkap sehingga informasi yang didapatkan dan observasi yang dilakukan peneliti menjadi terbatas.

Sesuai keterbatasan yang ada pada penelitian ini, langkah yang bisa dilakukan peneliti berikutnya ialah memperluas jangkauan penyebaran kuesioner secara lebih merata dan lebih memperhatikan proses pengisian kuesioner supaya pertanyaan terbuka pada kuesioner dapat terisi dengan lengkap sehingga variasi jawaban yang didapatkan lebih beragam.