

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tingkat citra merek Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang positif terhadap Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, baik dari aspek reputasi, kualitas akademik dan pelayanan, dukungan institusi, maupun nilai dan emosi yang melekat pada Universitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin telah berhasil membangun citra merek yang baik di kalangan mahasiswanya.
2. Tingkat loyalitas mahasiswa terhadap Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin berada pada kategori tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki komitmen yang kuat terhadap Universitas, yang tercermin dari kesediaan untuk tetap mendukung institusi, merekomendasikannya kepada orang lain, serta mempertahankan hubungan yang positif dengan Universitas. Tingginya loyalitas tersebut mencerminkan adanya keterikatan mahasiswa terhadap Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin sebagai institusi pendidikan tinggi.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin positif citra merek Universitas yang dirasakan mahasiswa, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas

mahasiswa terhadap Universitas. Temuan ini menegaskan bahwa citra merek merupakan faktor penting dalam membentuk kepercayaan, keterikatan emosional, dan komitmen mahasiswa. Oleh karena itu, penguatan citra merek Universitas dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

1. Bagi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, citra merek Universitas perlu terus dipertahankan dan ditingkatkan melalui penguatan reputasi akademik, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan nilai dan emosi mahasiswa terhadap kampus. Langkah ini penting karena citra merek terbukti memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap loyalitas mahasiswa.
2. Pihak Universitas perlu memberikan perhatian lebih pada aspek-aspek yang berkaitan dengan dukungan kepada mahasiswa dan pelayanan kampus, terutama pada indikator perhatian terhadap kepuasan mahasiswa, kebijakan yang mempertimbangkan kebutuhan mahasiswa, serta pelayanan akademik dan administrasi. Meskipun seluruh indikator berada pada kategori baik, beberapa aspek tersebut masih memiliki nilai yang relatif lebih rendah dibanding indikator lainnya sehingga tetap perlu ditingkatkan.

3. Penelitian ini menggunakan analisis PLS-SEM untuk menguji pengaruh langsung antara citra merek Universitas dan loyalitas mahasiswa. Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan model analisis yang lebih kompleks dengan menambahkan variabel mediasi atau moderasi, seperti kepuasan mahasiswa, kepercayaan merek (*brand trust*), komitmen mahasiswa, atau keterlibatan mahasiswa (*student engagement*), sehingga mekanisme pembentukan loyalitas mahasiswa dapat dipahami secara lebih mendalam.