

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. *University social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi merek di universitas negeri dan swasta di Kota Surabaya.
2. *University social responsibility* berpengaruh terhadap ekuitas merek di universitas negeri dan swasta di Kota Surabaya.
3. *University social responsibility* berpengaruh terhadap loyalitas merek di universitas negeri dan swasta di Kota Surabaya.

5.2. Saran

Mengacu pada hasil penelitian, disarankan kepada beberapa pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel selain reputasi merek, ekuitas merek, loyalitas merek.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian selain universitas negeri dan swasta di Kota Surabaya.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas subjek penelitian selain mahasiswa universitas negeri dan swasta di Kota Surabaya.

5.3. Keterbatasan dan Implikasi Penelitian

5.3.1. Keterbatasan

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada jumlah sampel yang digunakan, di mana cakupannya belum mewakili seluruh populasi yang ada di wilayah Kota Surabaya, sehingga hasil yang diperoleh tidak dapat digeneralisasikan secara menyeluruh. Di samping itu, penggunaan kuesioner sebagai instrumen dalam penelitian ini juga memiliki keterbatasan, salah satunya adalah kemungkinan bahwa jawaban yang diberikan responden tidak sepenuhnya merefleksikan keadaan atau situasi yang sebenarnya. Oleh sebab itu, tidak menutup kemungkinan hal tersebut akan mengakibatkan informasi data yang diperoleh kurang optimal.

5.3.2. Implikasi Penelitian

Penelitian ini berkontribusi dengan menekankan pentingnya praktik USR untuk dilaksanakan pada universitas negeri dan swasta. Dengan adanya penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh USR terhadap reputasi, ekuitas, dan loyalitas merek di universitas negeri dan swasta di Kota Surabaya. Oleh karena itu, dengan melaksanakan USR di universitas dapat mempengaruhi reputasi, ekuitas, dan loyalitas merek di universitas negeri maupun swasta.