

E. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *rebranding* Universitas Islam 45 Bekasi menjadi Universitas Muhammadiyah Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *t* hitung sebesar 10,844 lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,984. Selain itu, nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,551 menunjukkan bahwa *rebranding* memberikan pengaruh sebesar 55,1% terhadap persepsi mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Maka, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh *rebranding* terhadap persepsi mahasiswa dapat diterima.

Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas *rebranding* perguruan tinggi dan persepsi mahasiswa dengan variabel lain yang belum diteliti, seperti citra institusi, kepercayaan, atau loyalitas mahasiswa. Saran bagi pihak Universitas Muhammadiyah Indonesia diharapkan dapat terus meningkatkan sosialisasi dan komunikasi terkait identitas baru kampus agar mahasiswa semakin memahami, menerima, dan mendukung proses *rebranding* yang telah dilakukan.