

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh variabel *Community Support* (X_1), *Environment* (X_2), *Product* (X_3) terhadap variabel Citra Perusahaan (Y) yang menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara variabel-variabel *Corporate Social Responsibility* yang terdiri dari *Community Support* (X_1), *Environment* (X_2) dan *Product* (X_3) terhadap Citra Perusahaan (Y). Hal ini dibuktikan dari hasil analisis nilai sig. F lebih kecil dari α (0,05), hasil analisis ini juga menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel *Community Support* (X_1), *Environment* (X_2) dan *Product* (X_3) yang ditunjukkan dari nilai *R Square* yaitu sebesar 0,350. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel-variabel *Corporate Social Responsibility* secara simultan memberikan kontribusi terhadap Citra yang baik yaitu sebesar 35,0 % sedangkan sisanya sebesar 65,0 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat diketahui bahwa warga sekitar perusahaan memperhatikan variabel-variabel *Corporate Social Responsibility* secara simultan atau

- simultan dalam memberikan Citra yang baik terhadap PT. Sasa Inti Gending Probolinggo.
2. Secara parsial variabel-variabel *Corporate Social Responsibility* yang terdiri dari *Community Support* (X_1), *Environment* (X_2) dan *Product* (X_3) tidak seluruhnya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y). Besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat menggunakan uji t dan koefisien beta, dalam hal ini bahwa variabel *Community Support* (X_1) didapatkan nilai $|t_{\text{statistik}}|$ sebesar 2,577. Nilai ini dari nilai signifikansi lebih kecil dari α ($0,011 < 0,05$); variabel *Environment* (X_2) didapatkan nilai $|t_{\text{statistik}}|$ sebesar 0,018. Nilai ini dari nilai signifikansi lebih kecil dari α ($0,018 < 0,05$); variabel *Product* (X_3) didapatkan nilai $|t_{\text{statistik}}|$ sebesar 3,274. Nilai ini dari hasil signifikansi lebih kecil dari α ($0,001 < 0,05$).
 3. Variabel dalam *Corporate Social Responsibility* yang berpengaruh dominan terhadap Citra Perusahaan (Y) dalam penelitian ini adalah variabel *Product* (X_3) dengan nilai nilai t tabel sebesar 3,274 dan koefisien beta 0,298.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Pada variabel *Community Support* (X_1), *Environment* (X_2) dan *Product* (X_3) dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat *urgent* dalam mempengaruhi Citra Perusahaan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat

dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang sudah merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah dipakai dalam penelitian ini.

2. Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan meskipun sudah di anjurkan untuk melakukannya namun masih belum terpenuhi secara maksimal, dengan kekurangan yang belum terpenuhi dari masyarakat sekitar harapannya variabel-variabel dengan pengaruh yang kecil supaya menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan untuk melaksanakan secara baik dan benar demi meningkatkan Citra Perusahaan.

