

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (*X*) memiliki pengaruh secara langsung terhadap Citra Merek (*Y1*) karena memiliki nilai probabilitas $(0,000) < 0,05$ yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Secara keseluruhan total nilai skor *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) dinyatakan sangat baik dengan skor indikator yaitu sebesar 4,22. Hal ini terlihat dengan masyarakat yang semakin memanfaatkan fasilitas *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) pada Taman Slamet dengan baik maka dapat meningkatkan Citra Merek.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (*X*) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (*Y2*) karena memiliki nilai probabilitas $(0,003) < 0,05$ yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Secara keseluruhan total nilai skor Citra Merek dinyatakan sangat baik dengan skor indikator yaitu sebesar 4,25. Hal ini terlihat dengan masyarakat

yang semakin memanfaatkan fasilitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Taman Slamet dengan baik maka dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Produk.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek (Y1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y2) karena memiliki nilai probalitas $(0,000) < 0,05$ yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Secara keseluruhan total nilai skor Keputusan Pembelian dinyatakan sangat baik dengan skor indikator yaitu sebesar 4,28. Semakin Citra Merek melekat pada ingatan konsumen dengan kuat maka akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian Produk.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan PT. Bentoel Group maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan PT. Bentoel Group dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*, karena variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian, diantaranya yaitu lebih meningkatkan kualitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan memberikan fasilitas sarana prasarana yang berpengaruh positif terhadap masyarakat sehingga Keputusan Pembelian akan

meningkat. Hal ini terlihat dengan masyarakat yang semakin memanfaatkan fasilitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Taman Slamet dengan baik maka dapat meningkatkan Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk PT. Bentoel Group.

2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti variabel Pengaruh Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, maupun *Green Marketing* yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.