



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data peran mediasi *Corporate Brand Credibility* dan *Corporate Reputation* terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan *Corporate Brand Equity* pada Bank Mandiri dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *Corporate Brand Equity*. Dengan demikian, jika *Corporate Social Responsibility* meningkat maka *Corporate Brand Equity* juga akan meningkat.
2. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Brand Credibility*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika *Corporate Social Responsibility* meningkat maka *Corporate Brand Credibility* juga akan meningkat.
3. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *Corporate Reputation*. Dengan demikian, jika *Corporate Social Responsibility* meningkat maka *Corporate Reputation* juga akan meningkat.
4. *Corporate Brand Credibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Reputation*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika *Corporate Brand Credibility* meningkat maka *Corporate Reputation* juga akan meningkat.
5. *Corporate Brand Credibility* berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *Corporate Brand Equity*. Dengan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



demikian, jika *Corporate Brand Credibility* meningkat maka *Corporate Brand Equity* juga akan meningkat.

6. *Corporate Reputation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Brand Equity*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika *Corporate Reputation* meningkat maka *Corporate Brand Equity* juga akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Mandiri
 - a. *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan Bank Mandiri dapat secara langsung meningkatkan *Corporate Brand Equity*. Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* perlu dijaga, dipelihara dan juga diperluas agar tidak menurun karena hal ini dapat meningkatkan *Corporate Brand Equity*.
 - b. Variabel *Corporate Brand Credibility* dan *Corporate Reputation* secara signifikan juga merupakan variabel mediator untuk meningkatkan *Corporate Brand Equity* oleh karena itu kedua variabel tersebut perlu dipertahankan agar peningkatan *Corporate Social Responsibility* semakin nyata meningkatkan ekuitas.
 - c. Bank Mandiri dapat lebih optimal dalam mengkomunikasikan kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* yang dilakukan pada masyarakat karena masih banyak terdapat masyarakat yang tidak mengetahui program *Corporate Sosial Responsibility* yang dilakukan oleh Bank Mandiri. Dapat dilihat dari 140 kuesioner yang terisi, terdapat 28,57% atau 40 orang yang tidak mengetahui program *Corporate Sosial Responsibility* yang dilakukan oleh Bank Mandiri.



2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Brand Credibility*, *Corporate Reputation*, dan *Corporate Brand Equity*. Dalam penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambah variabel lainnya seperti *Corporate Image* dan *Corporate Brand Trust* untuk mengetahui faktor lainnya yang juga menyebabkan peningkatan *Corporate Brand Equity*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.