

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data pengaruh *Corporate Social Responsibility, Corporate Brand Equity, Corporate Brand Credibility, Corporate Reputation* pada Bank Rakyat Indonesia yaitu diuraikan sebagai berikut:

1. *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.
2. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *corporate reputation*. Hal ini berarti meningkatnya *corporate social responsibility*, maka semakin meningkat pula *corporate reputation*.
3. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *corporate brand equity*. Hal ini berarti meningkatnya *corporate social responsibility*, maka semakin pula *corporate brand equity*.
4. *Corporate Brand Credibility* secara langsung berpengaruh terhadap *corporate brand equity*, namun berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung melalui *corporate reputation*.





5. *Corporate Reputation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate brand equity*. Hal ini berarti meningkatnya *corporate reputation*, maka semakin meningkatnya *corporate brand equity*.

6. *Corporate Brand Credibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate reputation*. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika *corporate brand credibility* meningkat, maka *corporate reputation* 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 Rakyat Indonesia

a. *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan Bank Rakyat Indonesia 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 reputation* secara signifikan juga merupakan variabel mediator untuk meningkatkan *corporate brand equity*. Oleh karena itu, variabel ini perlu tetap dipertahankan agar peningkatan *corporate social responsibility* semakin nyata meningkatkan *corporate brand equity*.

c. Dari 153 responden yang mengisi kuisioner, terdapat 34,6% atau 53 orang responden yang tidak mengetahui program CSR yang dilakukan oleh Bank Rakyat Indonesia. Oleh sebab itu, disarankan untuk Bank Rakyat Indonesia dapat lebih optimal dalam mengkomunikasikan kegiatan *corporate sosial responsibility* yang dilakukan pada masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



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 yang juga menyebabkan peningkatan *corporate brand equity* dan lebih menjelaskan objek yang diteliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.