



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

4.4 Simpulan

Judul penelitian ini adalah Pengaruh Program CSR Gerakan *#NoStrawMovement* KFC Indonesia Terhadap *Corporate Image* yang memiliki tujuan untuk mengetahui dan memahami pengaruh program CSR gerakan *#NoStrawMovement* KFC Indonesia terhadap *corporate image*. Penelitian dilakukan kepada 150 sampel yang ditentukan berdasarkan pendekatan Malhotra. Peneliti kemudian melakukan olah data dan didapati jawaban terhadap tujuan penelitian sebagai berikut.

- a. Hipotesis yang diuji adalah H_0 , yaitu tidak terdapat pengaruh variabel program CSR gerakan *#NoStrawMovement* KFC Indonesia (X) terhadap variabel *corporate image* (Y) dan H_1 , yaitu terdapat pengaruh variabel program CSR gerakan *#NoStrawMovement* KFC Indonesia (X) terhadap variabel *corporate image* (Y). Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui nilai signifikansi CSR adalah 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu, hasil pengujian hipotesis adalah H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa variabel program CSR Gerakan *#NoStrawMovement* KFC Indonesia (X) memiliki pengaruh terhadap variabel *corporate image* (Y).
- b. Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan variabel program CSR *#NoStrawMovement* KFC Indonesia (X) dan variabel *corporate image* (Y) memiliki korelasi dan tingkat hubungan yang kuat. Variabel X dan Y pada

penelitian ini memiliki arah hubungan yang positif dengan nilai koefisien korelasi yang diperoleh adalah 0,631 dan nilai signifikansi adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Kemudian pada hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa variabel program CSR *#NoStrawMovement* KFC Indonesia (X) memiliki pengaruh sebesar 39,9% terhadap variabel *corporate image* (Y). Kemudian faktor lain sebesar 60,1% yang memengaruhi *corporate image* tidak terangkum dan dibahas pada penelitian ini.

4.5 Saran

4.5.4 Saran Akademis

Sebuah penelitian akan semakin baik jika terus dikembangkan dengan meneliti dari berbagai sudut pandang. Maka dari itu, peneliti selanjutnya disarankan agar dapat meneliti kembali pada variabel program CSR *#NoStrawMovement* KFC Indonesia (X). Namun, dengan menerapkan metode penelitian kualitatif. Metode ini dapat memperkaya hasil penelitian karena peneliti selanjutnya dapat memperoleh data yang berbeda, yaitu dari berbagai narasumber ahli yang dapat memperkaya hasil penelitian mengenai pelaksanaan program CSR tersebut. Kemudian diharapkan peneliti selanjutnya dapat menentukan variabel dependen (Y) yang berbeda dengan penelitian ini, sehingga hasil penelitian yang diperoleh mengenai variabel dependen program CSR *#NoStrawMovement* KFC Indonesia akan lebih beragam.

4.5.5 Saran Praktis

- a. Hasil olah data menunjukkan bahwa 85,3% responden dari 150 responden menyatakan bahwa mereka memiliki keinginan untuk menerapkan gaya hidup ramah lingkungan karena terdorong oleh kebijakan ramah lingkungan yang diterapkan oleh PT. Fast Food Indonesia Tbk. Maka dari itu, disarankan agar PT. Fast Food Indonesia Tbk terus mengembangkan kebijakan ramah lingkungan tersebut dalam menjalankan usahanya, sehingga dapat terus membawa dampak baik dalam mengubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih peduli terhadap lingkungan.