



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel *corporate personality* (X1) dan *corporate identity* (X2) terhadap tingkat *corporate image* (Y) AUTO2000. Berikut adalah hasil yang dapat peneliti simpulkan setelah melakukan pengujian, interpretasi, dan pembahasan:

1. Hasil uji regresi linear sederhana dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *corporate personality* (X1) terhadap tingkat *corporate image* (Y) sebesar 0,277 atau 27,7%. Hasil uji regresi per indikator yang paling tinggi adalah *teamwork* dan paling rendah adalah *focus on customer* pada variabel *corporate personality*.
2. Hasil uji regresi linear sederhana dengan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *corporate identity* (X2) terhadap tingkat *corporate image* (Y) sebesar 0,246 atau 24,6%. Hasil uji regresi per indikator yang paling tinggi adalah gaya penampilan diri (*grooming*) dibanding seragam karena menurut hasil uji deskriptif seragam dilihat tidak modis.
3. Hasil uji linear berganda dalam penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara *corporate personality* (X1) dan *corporate identity* (X2) terhadap tingkat *corporate image* (Y) sebesar 0,378 atau 37,8%. Berdasarkan hasil uji deskriptif, *corporate*

*image* paling baik dalam profesionalitas dan terendah di dalam memenuhi harapan *customer*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis serta pembahasan yang sudah dijabarkan di bab empat, oleh karena itu peneliti ingin memberikan saran akademis dan saran praktis.

### 5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, saran yang dapat diberikan adalah untuk penelitian selanjutnya agar menambahkan dimensi lain seperti *communication* dan *behaviour* dalam *corporate identity*. Selain itu dapat juga menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi *corporate image*. Bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengambil sampel pelanggan AUTO2000, disarankan agar memperluas target sampel karena yang datang ke AUTO2000 bukan hanya pelanggan sebagai pembeli kendaraan.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan pada bagian pembahasan, peneliti ingin memberikan saran kepada AUTO2000 baik AUTO2000 Head Office yang memiliki regulasi tentang gaya berpenampilan maupun AUTO2000 BSD City sebagai cabang. Saran praktis yang dapat diberikan adalah:

1. Sebaiknya atribut yang wajib dikenakan oleh *frontliner* lebih diperhatikan tingkat kesadarannya karena merupakan nilai yang paling tidak berpengaruh bagi citra perusahaan.
2. AUTO2000 harus tetap mempertahankan kualitas *frontliner* di dalam menjaga gaya penampilan diri karena mendapat nilai paling berpengaruh

bagi citra perusahaan, namun sebaiknya seragam yang dikenakan *frontliner* perlu dilakukan perubahan sehingga lebih mengedepankan mode terbaru.

3. AUTO2000 perlu mengevaluasi perusahaan agar dapat memenuhi harapan *customer*, baik melalui jasa yang diberikan maupun produk yang dijual kepada *customer*.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA