



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 bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya dan seberapa besar pengaruh sikap pada krisis terhadap citra perusahaan Bukalapak setelah munculnya tagar #UninstallBukalapak di Twitter. Untuk menjawab penelitian tersebut, peneliti melakukan analisis data yang telah didapatkan melalui 100 responden dan dipaparkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menyatakan bahwa variabel sikap pada krisis (X) memberikan pengaruh terhadap citra perusahaan (Y) Bukalapak. Mayoritas responden menyukai permohonan CEO Bukalapak kepada Presiden Jokowi secara langsung, dilihat dari skor pernyataan tertinggi pada variabel X. Sedangkan pada variabel Y, terdapat dua pernyataan tertinggi, yaitu Bukalapak merupakan *online marketplace* terkemuka dan memajukan perekonomian UKM.
2. Hasil uji regresi menyatakan bahwa variabel sikap pada krisis (X) memiliki kontribusi terhadap variabel citra perusahaan (Y) sebesar 0,621 (62.1%).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

5.2 Saran

Melalui hasil simpulan dari penelitian, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti:

5.2.1. Saran Akademis

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu terdapat beberapa saran untuk penelitian berikutnya, yaitu:

1. Diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dengan menggunakan dimensi sikap mulai dari tahap kognitif hingga *behavioral* agar mendapatkan hasil penelitian yang berbeda, komprehensif dan mendalam.
2. Karena penelitian ini hanya memiliki 100 responden, diharapkan penelitian berikutnya dapat memperoleh lebih banyak responden penelitian.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat beberapa saran dari penelitian yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh Bukalapak, yaitu:

1. Bukalapak perlu terus berkembang untuk menjadi *online marketplace* nomor satu sesuai dengan visi yang dimiliki, dan terus menjalankan misi perusahaan untuk memberdayakan UKM di seluruh Indonesia.
2. Bukalapak perlu tetap menjaga reputasi, citra, serta *trust* dari publiknya, terutama yang memiliki karakteristik laki-laki, usia 17-

25 tahun, karena mereka lah yang memiliki pengaruh tinggi terhadap citra perusahaan, agar ketika krisis terjadi, publiknya sudah memiliki kepercayaan dan memberikan dukungan kepada Bukalapak.

