BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian dan analisis mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap image perusahaan Pada PT. Vale Indonesia, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa :

1. Tanggapan konsumen terhadap pelaksanaanan *Coorporate Social Responsibility* dinilai baik, karena nilai rata-rata keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,85 berada pada interval 3,40 – 4,19. Akan tetapi masih terdapat elemen-elemen yang perlu diperhatikan dan ditindaklanjuti karena memiliki nilai di bawah rata-rata.
2. Tanggapan responden tentang image perusahaan pada PT Vale Indonesia Tbk. dapat dikatakan baik, karena nilai rata-rata keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,91 berada pada interval 3,40-4,19. Akan tetapi masih terdapat elemen-elemen yang perlu diperhatikan dan ditindaklanjuti karena memiliki nilai di bawah rata-rata.
3. Pengaruh pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* terhadap image perusahaan Pada PT. Vale Indonesia, berdasarkan hasil uji korelasi diperoleh rs sebesar 0,670 sehingga menunjukkan adanya hubungan yang tinggi. Pelaksanaan *Coorporate Social Responsibility* memberikan kontribusi pada Image Perusahaan sebesar 44,89%, sisanya sebesar 55,11% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terukur. Hasil uji hipotesis menunjukkan t t_{hitung} = 8,93 lebih besar dari t_{tabel} = 1,660 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Ini berarti terdapat pengaruh positif antara *Corporate Social Responsibility* terhadap image perusahaan. Jadi hipotesis yang penulis ajukan pada bab I, yaitu : "Penerapan program CSR perusahaan berdampak baik pada peningkatan image perusahaan terhadap masyarakat" dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan saran dan masukan yang dapat berguna dan menjadi pertimbangan, diantaranya:

1. Pelaksanaan *corporate social responsibility* hendaknya lebih ditingkatkan lagi tidak hanya melalui bakti social saja tetapi dapat dilakukan melalui program pendidikan dan kesehatan, selain itu perusahaan dapat melakukan rekruitmen tenaga kerja di lingkungan perusahaan.
2. Untuk mengingkatkan image perusahaan maka perusahaan perlu meningkatkan kembali kinerja yang dilaksanakan selama ini, baik di internal perusahaan maupun di lingkungan perusahaan dengan wujud nyata sehingga memberikan dampak postif terhadap image perusahaan.
3. Kepadapeneliti lain sebaiknya menggunakan variabel lain selain *corporate social responsibility* sehingga akan diketahui pengaruh lain terhadap image perusahaan yang akan menja diintrospeksi bagi perusahaan.