

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Persepsi Nasabah (Y) adalah sebesar 62% Sedangkan sisanya sebesar 38% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini serta dari hasil perhitungan menunjukkan menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $T_{tabel}$  yaitu  $t_{hitung} = 20.369 > 1.967$  yang artinya CSR berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Nasabah pada bank bjb Cabang Banjar
2. Pengaruh Persepsi Nasabah (Y) terhadap *Corporate Image* (Z) adalah sebesar 73,9% Sedangkan sisanya sebesar 26,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. perhitungan menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $T_{tabel}$  yaitu  $t_{hitung} = 61.199 > 1.967$  yang artinya Persepsi Nasabah berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Image* pada bank bjb Cabang Banjar.
3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap *Corporate Image* (Z) adalah sebesar 26.5% Sedangkan sisanya sebesar 73.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini serta Dari hasil perhitungan menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  yaitu  $t_{hitung} = 11.162 > 1.967$  yang artinya CSR berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Image* pada bank bjb Cabang Banjar.

4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Persepsi Nasabah serta dampaknya pada *Corporate Image*. Pengaruh ini kuat jika melalui persepsi nasabah dibandingkan dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Image*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil koefisien jalur pengaruh tidak langsung *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Image* melalui Persepsi Nasabah lebih besar daripada hasil koefisien jalur pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Image*.

## 5.2. Saran

Dengan memerhatikan analisa dan pembahasan, maka saran yang dapat dijadikan bahan masukan kepada bank bjb adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan dan konsisten dengan penerapan program *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, perusahaan harus jeli melihat kebutuhan masyarakat dengan membuat program CSR yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Untuk mengetahui apa sebenarnya yang dibutuhkan masyarakat saat ini, bank bjb dapat melakukan observasi langsung maupun tidak langsung. Sehingga program yang dibuat adalah program yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat dan diharapkan penyaluran dana CSR dapat tepat sasaran, tepat jumlah, tepat waktu dan tepat manfaat.

2. Keberadaan pegawai yang bertugas mengelola dan bertanggung jawab atas program CSR khususnya di kantor cabang sangat diperlukan. Ruang lingkup pekerjaan meliputi memberikan informasi, implementasi serta melakukan fungsi *public relations* mengenai program-program CSR.
3. Melakukan publikasi program-program CSR yang lebih intensif. Misalnya dengan membuat tayangan di televisi yang menayangkan kegiatan-kegiatan CSR bank bjb, mengundang media cetak dan elektronik pada saat pelaksanaan program CSR, sosialisasi program CSR melalui berbagai macam cara agar pengetahuan nasabah mengenai program CSR dapat meningkat.

