

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada variabel X yaitu *Marketing Public Relations* sebagian besar responden menjawab setuju. Sedangkan dimensi paling banyak memperoleh jawaban setuju adalah dimensi Publikasi dengan isi pernyataan “PT Danone Aqua melakukan perluasan produk dengan cara mempengaruhi minat pembeli pada program bijak berplastik”. Dengan memiliki nilai mean tertinggi yaitu 3.76% responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 60 orang. Yang artinya *Marketing Public Relations* yang dilakukan PT Danone Aqua sangat mempengaruhi minat masyarakat pada program Bijak Berplastik yang diselenggarakan.
2. Pada variabel Y yakni *Customer Engagement* sebagian besar responden menjawab setuju. Sedangkan dimensi yang paling banyak memperoleh jawaban setuju adalah dimensi Penyerapan dengan isi pernyataan “Program Bijak Berplastik yang diselenggarakan PT Danone Aqua memberikan keadaan positif untuk pelanggan”. Dengan nilai mean tertinggi yaitu 3,70% responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 56 orang. Yang artinya program Bijak Berplastik yang dilakukan PT Danone Aqua dapat mempengaruhi *Customer Engagement* dan memberikan hal baik untuk masyarakat.
3. Terdapat pengaruh berdasarkan uji t antara *Marketing Public Relations* terhadap *Customer Engagement* pada program Bijak Berplastik dengan nilai t-hitung $10,497 > t\text{-tabel } 1,665$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan diperoleh R Square 58,8% yang didapatkan yang berarti ada pengaruh antara *Marketing Public Relations* terhadap *Customer Engagement* pada program Bijak Berplastik, dan 41,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

B. Saran

1. Dari semua indikator X yang diajukan dalam penelitian ini, terdapat indikator yang memiliki nilai mean paling rendah dengan nilai 3,49 yang terdapat pada pernyataan ke 14 dengan pernyataan “PT Danone Aqua mengadakan kegiatan yang positif bagi masyarakat agar program yang diselenggarakan dapat berjalan baik”. Maka diharapkan kedepannya perusahaan dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dan menyesuaikan dengan minat masyarakat sekitar agar program dapat berjalan dengan baik.
2. Dari semua indikator Y yang diajukan dalam penelitian ini, terdapat indikator yang memiliki nilai mean paling rendah dengan nilai 3,51 yang terdapat pada pernyataan ke 2 dengan pernyataan “Saya suka menceritakan mengenai program Bijak Berplastik yang diselenggarakan PT Danone Aqua lewat media sosial”. Maka diharapkan kedepannya perusahaan dapat lebih aktif lagi didalam sosial media untuk menarik perhatian masyarakat. Karena sosial media memiliki dampak dan pengaruh yang cukup besar untuk mengembangkan program yang dilakukan.