

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Aksi Perubahan Iklim” Terhadap Citra PT. Unilever Indonesia Tbk., dengan menggunakan analisis pengolahan data SPSS Ver.25 dan menggunakan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* “Aksi Perubahan Iklim” (X)

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel ini, dapat disimpulkan bahwa, *corporate social responsibility* “aksi perubahan iklim” berhasil mempengaruhi citra PT. Unilever Indonesia Tbk. Kesimpulan ini didapat dari hasil rata-rata jawaban pada variabel ini, yaitu sebesar 3.89 yang artinya termasuk dalam kategori kuat atau tinggi.

2. Citra PT. Unilever Indonesia Tbk. (Y)

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel ini, dapat disimpulkan bahwa, citra PT. Unilever Indonesia Tbk. dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* “aksi perubahan iklim” yang disampaikan melalui *website* www.unilever.co.id dan *instagram* @unileveridn. Kesimpulan ini didapat dari hasil rata-rata jawaban pada variabel ini, yaitu sebesar 3,87 yang artinya termasuk dalam kategori kuat atau tinggi.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Aksi Perubahan Iklim” Terhadap Citra PT. Unilever Indonesia Tbk.

Dari hasil pengolahan data melalui SPSS Ver.25 dan menggunakan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, didapat hasil uji

hipotesis dengan syarat $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, sebesar $7,258 > 1,662$. Ini menunjukkan jika H_0 ditolak maka H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh corporate social responsibility “aksi perubahan iklim” terhadap citra PT. Unilever Indonesia Tbk.

Berdasarkan hasil itung seberapa kuat pengaruh corporate social responsibility terhadap citra PT. Unilever Indonesia Tbk. mendapatkan hasil nilai korelasi (R) sebesar 0,612, ini berarti hubungan antar variabel berpengaruh kuat. Adapun nilai dari koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,374 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh corporate social responsibility terhadap citra PT. Unilever Indonesia Tbk. sebesar 37,4%, sedangkan sisanya 62,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dari hasil penelitian dengan judul Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra PT. Unilever Indonesia Tbk. Maka saran yang peneliti bisa berikan yaitu, hasil penelitian ini menjadi bukti untuk PT. Unilever Indonesia Tbk. bahwa citra PT. Unilever Indonesia Tbk. dapat dipengaruhi oleh corporate social responsibility “aksi perubahan iklim”. Namun sebaiknya lebih memperhatikan bagaimana cara membuat masyarakat lebih yakin PT. Unilever Indonesia Tbk. telah melaksanakan dan menjamin kinerja “aksi perubahan iklim”, sebab pada variabel Y2.1 dan Y2.3 menunjukkan hasil rata-rata terendah yaitu sebesar 71,1.