

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan jawaban dari tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Pada variabel *Marketing Public Relations* (X) rata-rata responden memberikan jawaban setuju. Hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi dari variabel X yang memiliki rata-rata sebesar 3.22. Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel X yaitu *Marketing Public Relations* terdapat pernyataan yang memiliki data tertinggi ada pada pernyataan X21 “Logo produk Gulaku mudah dikenal” yaitu sebesar 3.68 karena dengan identitas yang baik dapat membuat masyarakat percaya dan memberikan reputasi yang baik dimata para masyarakat.
2. Pada variabel Reputasi (Y) rata-rata responden juga memberikan jawaban setuju. Hal ini dapat dibuktikan dari rekapitulasi rekapitulasi variabel Y yang memiliki rata-rata sebesar 3,3. Berdasarkan teori yang digunakan dalam mengukur variabel Reputasi (Y) pernyataan yang memiliki nilai paling tinggi ada pada Y4 “Saya merasa pelayanan dari karyawan PT. *Sugar Group Companies* terhadap masyarakat sangat baik” yaitu 3,59 (tabel 49). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dengan pelayanan yang baik dari sebuah perusahaan dapat memberikan atau mempertahankan reputasi sebuah perusahaan dimata masyarakat.
3. Terdapat pengaruh yang kuat antara Kegiatan *Marketing Public Relations* terhadap Reputasi PT. *Sugar Group Companies*. Berdasarkan hasil perhitungan dari data penelitian ini didapatkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  2.396 yang berarti lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,661. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  akan ditolak dan  $H_1$  akan diterima. Hal ini didapatkan hasil bahwa terdapat Pengaruh antara Kegiatan *Marketing Public Relations* terhadap Reputasi PT. *Sugar Group Companies*. Terdapat nilai koefisiensi determinasi menunjukkan angka persamaan tersebut yaitu 29% sementara sisanya 71% dipengaruhi oleh faktor diluar dari penelitian.

#### B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, analisis terkait

“Pengaruh Kegiatan *Marketing Public Relations* Terhadap Reputasi PT. *Sugar Group Companies*” maka disarankan untuk lebih sering dalam melakukan kegiatan atau acara guna menjalin hubungan yang lebih baik dengan masyarakat agar reputasi dari perusahaan tetap terjaga. Hal ini didasari pada indikator yang paling lemah pada variabel *Marketing Public Relations* (X) pernyataan yang memiliki data terendah adalah X5 dengan pernyataan “PT. *Sugar Group Companies* cukup sering menyelenggarakan event atau acara”, dengan seringnya menyelenggarakan acara maka diharapkan konsumen akan lebih merasa dekat dengan perusahaan.

PT. *Sugar Group Companies* juga harus konsisten dalam memberikan informasi terkait produk atau perusahaan kepada masyarakat agar konsumen ataupun masyarakat merasa tetap mendapatkan informasi dari PT. *Sugar Group Companies*. Hal ini didasari pada indikator yang paling lemah pada variabel Reputasi (Y) dengan pernyataan “PT. *Sugar Group Companies* konsisten dalam memberikan informasi kepada masyarakat”.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan untuk penelitian selanjutnya mengenai Pengaruh Kegiatan *Marketing Public Relations* Terhadap Reputasi PT. *Sugar Group Companies*, dengan menggambarkan aspek kuantitatif maupun kualitatif.