

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel iklan dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap citra perusahaan hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar 97,023 ($F_{hitung} 97,023 > F_{tabel} 3,09$). Yang artinya variabel iklan dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang positif terhadap citra perusahaan dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 66,7 %, sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Variabel iklan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap citra perusahaan hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai T_{hitung} 4,298 ($T_{hitung} 4,298 > T_{tabel} 1,985$). Artinya variabel iklan secara parsial berpengaruh terhadap citra perusahaan dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 60,3% yang berarti pengaruh iklan terhadap citra perusahaan secara parsial yaitu tinggi.
3. Variabel kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap citra perusahaan, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai T_{hitung} 4,437 ($T_{hitung} 4,437 > T_{tabel} 1,985$). Artinya

variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap citra perusahaan, dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 59,9% yang berarti pengaruh nilai kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan secara parsial yaitu tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Untuk mempertahankan citra perusahaan yang baik dimata konsumen PT. Grab Indonesia diharapkan mampu mempersembahkan iklan semenarik mungkin agar mampu menarik perhatian banyak orang yang melihatnya, sehingga pesan yang ingin disampaikan pada iklan tersebut dapat diterima dengan baik serta mampu mengarahkan publik dalam membangun citra perusahaan.
2. Untuk mempertahankan citra perusahaan yang baik PT Grab Indonesia harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelatihan kepada seluruh driver Grab agar dapat melayani pelanggan dengan lebih baik.