

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh logo terhadap citra perusahaan XL berdasarkan persepsi masyarakat Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya, dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka peneliti saat ini akan memaparkan mengenai kesimpulan yang dibuat dari hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa nilai sig. yang didapat lebih kecil dari nilai $\alpha=0.05$ yang berarti terdapat kontribusi atau pengaruh yang signifikan antara Logo dengan Citra Perusahaan XL berdasarkan persepsi masyarakat Kota Bandung.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menghitung nilai koefisien kontribusi, nilai R Square yang didapat dari perhitungan adalah sebesar 0.643 yang berarti 64.3% dari Citra Perusahaan dipengaruhi oleh Logo, sementara 35.7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa terdapat kontribusi yang signifikan, dan kuat antara logo yang dimiliki oleh XL dengan citra perusahaan yang muncul dari perubahan logo yang dibuat berdasarkan persepsi masyarakat Kota Bandung.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi citra perusahaan dalam penelitian ini hanya terdiri dari satu variabel, yaitu logo. Masih banyak faktor lain yang belum diteliti dalam identitas merek misalnya seperti pengaruh nama, *tagline*, atau *jingle* yang mempengaruhi citra perusahaan.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Teoritis

Peneliti telah menemukan adanya pengaruh antara logo yang dimiliki oleh perusahaan, terhadap citra perusahaan yang dimiliki. Peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya untuk dapat menggunakan berbagai metode penelitian yang beragam untuk dapat meneliti juga mengenai variabel-variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap citra perusahaan pada kalangan pengguna produk atau jasa yang ingin diukur.

Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menggunakan alat ukur yang dibuat oleh peneliti, karena sudah cukup valid dan reliabel dalam menggambarkan logo maupun citra perusahaan yang dimiliki oleh para responden pengguna layanan XL.

Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya untuk mendapatkan sampel dengan jumlah yang lebih besar, sehingga dapat menggambarkan kecenderungan yang dimiliki oleh populasi pengguna produk atau jasa dengan lebih luas.

5.3.2 Saran Praktis

Peneliti menyarankan kepada pihak PT. XL axiata Indonesia, untuk dapat mendorong masyarakat agar lebih mengenali logo dan nilai-nilai baru yang dimiliki perusahaan, dengan lebih banyak menggunakan media masa untuk mengkomunikasikan mengenai logo baru dan identitas baru yang dimiliki oleh perusahaan.

Citra perusahaan yang dimiliki oleh PT XL Axiata Indonesia sudah cukup baik, dengan demikian perusahaan disarankan untuk terus dapat mempertahankan citra tersebut dengan lebih baik.

