

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, makapenulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel citra merek (X) di Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT) Jombang dalam kategori baik atau bagus. Hasil ini berdasarkan tabel deskriptif distribusi frekuensi variabel citra merek Tebuireng pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT). Hasil dari total keseluruhan indikator dan responden pada tabel 5.5 bahwa donatur yang menjawab kategori baik sebanyak 246 responden dengan angka frekuensi kumulatifnya sebesar 97,8%
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keputusan donatur (Y) di Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT) Jombang dalam kategori baik atau bagus. Hasil ini berdasarkan tabel deskriptif distribusi frekuensi variabel citra merek pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT). Hasil dari total keseluruhan indikator dan responden pada tabel 5.9 bahwa donatur yang menjawab kategori baik sebanyak 246 responden dengan frekuensi kumulatifnya sebesar 95,3%.
3. Berdasarkan beberapa hasil analisis data terhadap variabel X (citra merek) dan variabel Y (keputusan Donatur) yang dilakukan peneliti pada bab-bab sebelumnya diperoleh distribusi data variabel X (citra merek) dan variabel Y (keputusan donatur) berdistribusi normal. Dari hasil

perhitungan korelasi yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 21 citra merek Tebuireng dengan keputusan donatur, menunjukkan *pearson correlation* sebesar 0,585 dan signifikan 0,000 angka ini menunjukkan adanya korelasi yang kuat. Sehingga ada hubungan antara citra merek Tebuireng dengan keputusan donatur secara searah dan signifikan. Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial yang telah dilakukan hasil bahwa besarnya pengaruh citra merek 0,342 atau sebesar 34,2% terhadap kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek Tebuireng cukup berpengaruh terhadap keputusan donatur di Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT) Jombang. Sisanya 65,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian. Variabel-variabel diantaranya: kualitas, promosi, harga (*price*), *brand awarness*, *brand personality*, popularitas (*popularity*)

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

### **1. Bagi Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT)**

Penilaian donatur terhadap citra merek Tebuireng secara umum dapat dikatakan baik. Lembaga diharapkan dapat terus meningkatkan citra positif lembaga semakin lebih baik lagi dengan cara membuat prestasi yang baik. Prestasi yang baik menimbulkan suatu kebanggaan atau simpati masyarakat yang pro dengan lembaga. Sehingga prestasi yang

baik harus selalu dikomunikasikan terhadap masyarakat. Lembaga sebaiknya memperbaiki program-program yang sudah berjalan serta membuat inovasi dan kreativitas lainnya agar masyarakat secara sukarela mau menjadi donatur. Serta dapat mencari variabel lain selain citra merek yang dapat mempengaruhi keputusan donatur, yang mana dapat berdampak positif pada keputusan donatur.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengingat variabel Citra Merek mempunyai pengaruh *R Square* sebesar 34,2% sedangkan sisanya 65,8%. Sebagaimana masih terdapat variabel-variabel lain untuk diteliti, maka untuk penelitian selanjutnya sebaiknya mencari variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan donatur di luar citra merek.