

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas tentang pengaruh budaya organisasi dan *work life balance* terhadap *employee branding* bank XYZ KCU Pekalongan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Budaya Organisasi karyawan bank XYZ KCU Pekalongan tergolong sangat kuat, *Work-Life Balance* karyawan bank XYZ KCU Pekalongan tergolong seimbang, dan *Employee Branding* bank XYZ KCU Pekalongan tergolong tinggi.
2. Budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap *employee branding* bank XYZ KCU Pekalongan sehingga hipotesis pertama diterima.
3. *Work-life balance* berpengaruh signifikan terhadap *employee branding* bank XYZ KCU Pekalongan sehingga hipotesis kedua diterima.
4. Budaya Organisasi dan *Work-Life Balance* berpengaruh signifikan terhadap *Employee Branding* Bank XYZ KCU Pekalongan sehingga hipotesis ketiga diterima.

5.2.SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan pada hasil analisis deskriptif pada variabel budaya organisasi, pada indikator inovasi dan berani mengambil resiko menunjukkan total skor paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya pada budaya organisasi, sehingga dapat menjadi saran bagi perusahaan untuk dapat selalu mendorong karyawan agar semakin berani untuk menunjukkan ide-ide serta berdinamika dengan karyawan untuk menciptakan inovasi baru dalam melakukan *branding* perusahaan.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif *Work-Life Balance* pada indikator keseimbangan waktu, masih terdapat beberapa karyawan yang belum

bisa menyeimbangkan waktu dalam bekerja dan kehidupan pribadi. Hal ini dapat menjadi cara bagi perusahaan untuk menambah program terhadap kaitannya dengan *work life balance* karyawan.

3. Berdasarkan pada hasil analisis deskriptif pada variabel *employee branding* pada indikator orientation dengan total skor paling rendah dibandingkan indikator lainnya dapat memberi masukan terhadap perusahaan dalam masa orientasi karyawan berkaitan dengan visi misi perusahaan untuk diberikan program orientasi yang lebih variatif dan menarik sehingga karyawan semakin memahami nilai-nilai perusahaan yang berpengaruh dalam proses branding perusahaan yang dilakukan oleh karyawan dapat berjalan dengan baik.

