

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Inisiatif CSR berpengaruh terhadap *C-C Identification*.
2. *C-C Identification* berpengaruh positif terhadap *In-role behavior*.
3. *C-C Identification* berpengaruh positif terhadap *Ex-role behavior*.

Inisiatif CSR akan menghasilkan reputasi positif bagi perusahaan yang akan memenuhi definisi diri konsumen dan membuat konsumen teridentifikasi dengan perusahaan. Semakin tinggi identifikasi konsumen terhadap perusahaan, maka konsumen akan semakin menunjukkan loyalitasnya dalam *in-role* dan *ex-role behavior*.

5.2. Saran

Dari hasil pengujian tersebut dapat diartikan bahwa konsumen di Indonesia sudah dapat menangkap informasi mengenai inisiatif CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Identifikasi yang terjadi karena pemenuhan definisi diri konsumen tersebut secara konsisten akan berpengaruh positif terhadap loyalitasnya yang terlihat dari perilaku membeli untuk diri sendiri dan perilaku yang dapat mempengaruhi orang lain yang akan menguntungkan

perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu memperhatikan reputasi positifnya dengan melakukan inisiatif CSR agar dapat memenuhi definisi diri konsumen dan membuat konsumen teridentifikasi dengan perusahaan. Perusahaan dapat mencoba untuk melakukan jenis inisiatif CSR *philanthropy* yang memiliki nilai rata-rata identifikasi tertinggi di mata konsumen dengan harapan agar konsumen akan memiliki identifikasi yang tinggi dengan perusahaan dan cenderung memilih untuk membeli produk perusahaan dan mau merekomendasikan produk perusahaan pada orang lain yang akan menguntungkan perusahaan.

Hipotesis dari model penelitian ini diterima, sehingga hasil penelitian ini dapat menambah generalisasi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian berikutnya dapat menguji kembali adanya kemungkinan efek mediasi dengan menjadikan variabel *C-C Identification* sebagai variabel yg memediasi hubungan Inisiatif CSR terhadap *in-role* dan *ex-role behavior*.

5.3. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu belum menguji adanya pengaruh langsung, sehingga peneliti berikutnya dapat menguji dengan pengaruh mediasi.