

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara reputasi perusahaan dengan *work engagement* pada karyawan generasi milenial yang bekerja di *coffeeshop* Kota Yogyakarta. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik reputasi perusahaan maka semakin tinggi *work engagement* karyawan. Sebaliknya, semakin buruk reputasi perusahaan maka semakin rendah pula *work engagement* pada karyawan. Sedangkan dari hasil kategorisasi dapat diketahui bahwa sebagian besar karyawan yang bekerja diperusahaan yang memiliki reputasi perusahaan yang baik dan *work engagement* yang tinggi.

#### **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti mengajukan beberapa saran terkait hasil yang diperoleh dari penelitian ini, antara lain :

##### **1. Bagi Subjek Penelitian**

Karyawan pada umumnya telah memiliki *work engagement* yang baik. Berdasarkan hal tersebut diharapkan karyawan yang menjadi bagian dari penelitian ini dapat tetap mempertahankan dan meningkatkan *work engagement* yang telah dimiliki. Salah satu yang dapat digunakan adalah selalu memandang reputasi perusahaan tempat bekerja secara baik dengan demikian karyawan akan selalu termotivasi dalam menjalankan pekerjaan, akan muncul rasa semangat kerja yang

tinggi, mampu menghayati pekerjaan dengan baik dan pastinya akan meningkatkan keterikatan kerja.

## 2. Bagi *Coffeeshop*

*Coffeeshop* pada umumnya telah memiliki reputasi perusahaan yang baik, namun seiring berjalannya waktu, *coffeeshop* harus selalu menyesuaikan dengan tren dalam mengembangkan dan memajukan perusahaan. Dalam hal ini, *coffeeshop* dapat memperhatikan aspek – aspek dari reputasi perusahaan ketika ingin membangun reputasi perusahaan yang baik. Aspek tersebut antara lain kredibilitas (*credibility*) yang berkaitan dengan citra perusahaan, kepercayaan (*trustworthiness*) yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan, keterandalan (*reliability*) hal ini berkaitan dengan kualitas layanan, kualitas produk serta fasilitas yang disediakan, dan yang terakhir adalah tanggung jawab (*responsibility*) hal ini berkaitan dengan kepedulian perusahaan terhadap karyawan dan konsumen atas fasilitas yang diberikan.

## 3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki minat penelitian dengan variabel yang sama disarankan agar dapat menggali informasi lebih banyak atau menggali informasi lain terkait bentuk – bentuk, aspek atau faktor lain yang dapat digunakan dari kedua variabel penelitian. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,287. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel reputasi perusahaan memiliki kontribusi 28,7% terhadap *work engagement* dan sisanya 71,3% dapat menjadi perhatian bagi peneliti selanjutnya untuk diteliti lebih lanjut. Kekurangan dalam penelitian ini yang pertama subjek yang digunakan

masih dalam lingkup kecil, sehingga perlu digunakan subjek yang lebih umum lagi. Kemudian dalam penyebaran skala penelitian peneliti membutuhkan waktu yang lama karena dalam penyebaran hanya menggunakan *google form* yang pendistribusiannya hanyamenggunakan media social, sehingga terkadang responden yang akan merasa malas untuk mengisi skala tersebut.