

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian tentang pengaruh kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler* terhadap perilaku peduli lingkungan kepada 100 orang responden yang merupakan *followers* Instagram Starbucks Coffee Indonesia (@starbucksindonesia), peneliti menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan yang didapat dari penyebaran kuesioner dan observasi kemudian data tersebut diolah dengan SPSS versi 23, maka peneliti menyimpulkan :

1. Hasil uji korelasi menggunakan SPSS 23 terdapat nilai korelasi r yaitu 0,675, nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler* terhadap perilaku peduli lingkungan memiliki hubungan yang kuat.
2. Selanjutnya peneliti melakukan uji pengaruh, berdasarkan perhitungan hasil dari koefisien determinasi, dapat disimpulkan 45,5% perilaku peduli lingkungan (Variabel Y) ditentukan oleh kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler* (Variabel X), dan sisanya 54,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Misalnya pengaruh dari kampanye yang dilakukan di media sosial lain atau *word of mouth*.
3. Hasil tersebut ditunjang dengan hasil uji signifikansi hipotesis yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler* berpengaruh terhadap perilaku peduli lingkungan *followers* Instagram @starbucksindonesia.

5.2 Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan penulis dengan judul pengaruh kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler* terhadap perilaku peduli lingkungan (survei pada *followers* Instagram @starbucksindonesia pada bulan November 2018) maka penulis memberikan saran yaitu:

1. Akun Instagram @starbucksindonesia untuk tetap meneruskan dan bahkan memperbanyak konten kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler* untuk terus menjadi *reminder* (peringat) bagi masyarakat khususnya *followers* @starbucksindonesia dalam mempertahankan perilaku peduli lingkungan.
2. Starbucks Coffee Indonesia harus secara konsisten mem-*post*-ing konten-konten yang menarik, persuasif, dan bermanfaat bagi para *followers* @starbucksindonesia berkaitan dengan ajakan untuk berperilaku peduli lingkungan terutama dalam usaha peralihan dari penggunaan gelas plastik ke penggunaan tumbler sesuai dengan isi pesan kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler* .
3. Starbucks Coffee Indonesia perlu meningkatkan keterlibatan *brand ambassadors* Starbucks dalam menyerukan kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler*. Keterlibatan yang dimaksud bisa dilakukan dengan cara bekerjasama untuk mem-*post*-ing konten #BYOT *Bring Your Own Tumbler* pada akun-akun Instagram pribadi *brand ambassadors* Starbuks.