

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Pesan Kampanye #GOJ3K Terhadap Keputusan Menggunakan Gojek di Tengah Pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh peneliti dengan menyebar kuesioner dalam bentuk *Google Form* Kepada *Followers* akun Instagram @gojekindonesia, maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Setelah melakukan penelitian mengenai Pengaruh Pesan Kampanye #GOJ3K Terhadap Keputusan Menggunakan Gojek di Tengah Pandemi Covid-19, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat diantara kedua variable tersebut hal ini dibuktikan menggunakan Uji Korelasi dengan SPSS 20 dan didapati hasil sebesar 0,813 yang termasuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat sehingga memiliki arti bahwa pesan kampanye #GOJ3K yang dilakukan Gojek melalui sosial media Instagram memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan menggunakan jasa Gojek ditengah pandemic Covid-19 seperti saat ini. Sedangkan berdasarkan hasil dari Uji Regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka didapatkan hasil positif yang memperlihatkan bahwa semakin besar pengaruh pesan kampanye #GOJ3K di media sosial maka semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan menggunakan Gojek ditengah pandemic Covid-19.
2. Berdasarkan uji koefisien determinasi yang dilakukan menggunakan SPSS 20 untuk mengukur seberapa besar kontribusi dari variable bebas (*independent*)

yaitu pengaruh pesan kampanye #GOJ3K terhadap variable terikat (*dependent*) yaitu keputusan menggunakan Gojek ditengan Pandemi Covid-19. Peneliti mendapatkan hasil r sebesar 0,825 dan nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,681. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa 68,1% variable terikat dipengaruhi oleh variable bebas, sedangkan sisanya sebesar 31.9% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak di teliti.

3. Selanjutnya peneliti melakukan uji Hipotesis menggunakan Uji T dan mendapatkan hasil bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya bahwa terdapat pengaruh antara Pesan kampanye #GOJ3K terhadap keputusan menggunakan jasa Gojek ditengah pandemic Covid-19. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan *level off signification*, dari t tabel yang nilainya ditentukan pada tingkat signifikansi 10%, dan $df=n-2$ yaitu $100-2=98$, dengan demikian t tabel adalah 1,292. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa t hitung $11,155 > t$ tabel 1,292.
4. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model kampanye Ostegaard, dimana model tersebut diawali dengan mengidentifikasi masalah faktual yang ada, dalam Kampanye yang dilakukan Gojek mengenai #GOJ3K masalah yang dirasakan saat ini adalah dengan adanya pandemic Covid-19 yang menyebabkan Gojek mengalami penurunan, berdasarkan masalah yang ada Gojek berinovasi untuk menjalankan kampanye sebagai upaya menyelesaikan masalah tersebut, hal tersebut dilakukan untuk merubah prilaku masyarakat agar kembali mempercayai gojek dimasa pandemic dan juga agar masyarakat tetap mentaati protocol kesehatan untuk meredam penyebaran Covid-19.

1.2. Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul Pengaruh Pesan Kampanye #GOJ3K Terhadap Keputusan menggunakan Gojek ditengan Pandemi

Covid-19 (survey pada *followers* akun instagram @gojekindonesia) maka peneliti memberikan saran, yaitu:

1. Dilihat dari hasil perhitungan Uji Korelasi yang dilakukan antara pesan kampanye #GOJ3K Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Gojek di Tengah Pandemi Covid-19 masuk kedalam tingkatan yang sangat kuat, hal tersebut membuktikan bahwa kampanye yang dilakukan Gojek melalui media sosial Instagram sudah mampu meningkatkan kepercayaan konsumen Gojek untuk kembali menggunakan Gojek ditengah pandemic Covid-19 seperti saat ini. Menurut peneliti hal tersebut harus terus dipertahankan, karena selain membangun kepercayaan konsumen kampanye #GOJ3K tersebut juga menghimbau masyarakat untuk tetap mentaati protocol kesehatan.
2. Berdasarkan nilai uji koefisien determinasi, didapatkan hasil sebesar 68,1%, sedangkan sisanya sebesar 31,9%, maka disarankan untuk kampanye yang dilakukan Gojek sebaiknya lebih memperhatikan strategi dan juga perencanaan yang lebih matang agar dapat lebih banyak mencapai khalayak sasaran.
3. Diharapkan Gojek untuk terus mentaati protocol kesehatan selama beroperasi dimasa pandemic covid-19 untuk membantu mengurangi penyebaran virus corona.
4. Semoga hasil penelitian ini dapat memberi pengetahuan dan dapat menjadi referensi untuk para peneliti atau mahasiswa lainnya yang sedang menyusun tugas akhir.