

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, peneliti menguraikan kesimpulan yang berhubungan dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *Special Event* Go-Food Festival Terhadap *Corporate Image* PT Go-Jek Indonesia” sebagai berikut:

1. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *special event* Go-Food Festival terhadap *corporate image* PT Go-Jek Indonesia.
2. Penelitian ini menggunakan teori citra (*image theory*) dengan model pembentukan citra yang terdapat empat komponen pembentukan citra, yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *special event* dan *corporate image*.
3. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Go-Food Festival di Gelora Bung Karno dengan jumlah sampel sebanyak 83 responden dihitung menggunakan rumus slovin serta menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*.
4. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *special event* Go-Food Festival terhadap *corporate image* PT Go-Jek Indonesia dikarenakan faktor *timing*, *endorser*, *promotion*, *trend update*, *news value*, *unexpected feature*, yang berarti *corporate image* (Variabel Y) ditentukan oleh pengaruh *special event* (Variabel X). Maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *special event* Go-Food Festival terhadap *corporate image* PT Go-Jek Indonesia, yang artinya semakin besar pengaruh *special event* makan akan semakin besar juga *corporate image* yang terbentuk.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, dengan judul “Pengaruh *Special Event* Go-Food Festival Terhadap *Corporate Image* PT Go-Jek Indonesia”, berikut saran yang dianggap relevan dengan penelitian yaitu:

1. Diharapkan PT. Go-Jek Indonesia dapat menambah cara lain untuk mengkomunikasikan promosi Go-Food Festival agar dapat lebih efektif, salah satunya menyajikan pesan promosi yang lebih menarik.
2. PT Go-Jek Indonesia diharapkan dapat menyelenggarakan *event* yang lebih banyak lagi dan lebih menarik lagi, seperti *event awarding* untuk para mitra UMKM dan *driver* yang telah bekerjasama dengan PT Go-Jek Indonesia.
3. Selain itu, disarankan juga agar PT Go-Jek Indonesia memperhatikan faktor-faktor lain yang mempengaruhi *corporate image* yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

