

## **BAB V**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh pesan iklan layanan masyarakat pada video YouTube Ditjen PajakRI terhadap perilaku pengarsipan elektronik, serta menjawab rumusan masalah yang berupa apakah ada pengaruh pesan iklan layanan masyarakat *E-filling* pada video YouTube Ditjen Pajak RI terhadap perilaku pengarsipan elektronik?. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat apakah adanya pengaruh pesan iklan layanan masyarakat *E-filling* pada video YouTube Ditjen Pajak RI terhadap perilaku pengarsipan elektronik pada milenial kota Jakarta selatan.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara pesan iklan layanan masyarakat *e-filling* oleh Ditjen PajakRI terhadap perilaku pengarsipan elektronik. Hal ini didapat melalui penyebaran kuesioner melalui Google form kemudian data tersebut diolah dengan SPSS versi 26, berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan hal - hal sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungna yang kuat antara pesan iklan layanan masyarakat pada video YouTube Ditjen Pajak RI terhadap perilaku pengarsipan elektronik yang berarti bahwa responden memahami isi pesan yang disampaikan untuk menggunakan pengarsipan elektronik
2. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, sebagian besar responden tertarik untuk menggunakan pengarsipan secara elektronik karena lebih mudah dan cepat sehinggah tidak perlu lagi menggunakan metode secara konvensional dengan cara mendatangi kantor untuk lapor spt tahunan.

3. melalui uji koefisien determinasi pada penelitian ini menyatakan bahwa 51.1% perilaku pengarsipan elektronik (Variabel Y) ditentukan dari pengaruh pesan iklan layanan masyarakat e-filling (Variabel X), dan sisanya sejumlah 48.9 % ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian seperti iklan luar papan reklame, banner yang terpasang pada daerah – daerah tertentu serta dari media sosial seperti *Twitter*, *Facebook* dan *Instagram*.

4. Hasil hipotesis perhitungan t hitung  $8,465 > t$  tabel 1.661, maka dapat disimpulkan  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Terdapat pengaruh antara pesan iklan layanan masyarakat e-filling pada video YouTube Ditjen Pajak RI terhadap perilaku pengarsipan elektronik terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh antara pesan iklan layanan masyarakat e-filling pada video YouTube Ditjen Pajak RI terhadap perilaku pengarsipan elektronik.

## 5.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan berjudul “Pengaruh Pesan Iklan Layanan Masyarakat *E-filling* Pada Video YouTube Ditjen Pajak RI Terhadap Perilaku Pengarsipan Elektronik” maka peneliti memberikan saran yaitu :

### Saran Akademis

1. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian kuantitatif yang lebih variatif yaitu salah satunya menggunakan metode baik deskriptif maupun eksplanatif, serta dapat menggali lebih dalam lagi mengenai iklan layanan masyarakat dengan cara membaca jurnal, skripsi maupun website karena studi ini memiliki ruang lingkup yang cukup luas

### Saran Praktis

1. Akun Youtube Ditjen Pajak RI harus sering melakukan upload tentang iklan layanan masyarakat untuk menggugah kesaran masyarakat untuk segera melaporkan kewajibanya menggunakan fitur *e-filling* agar terkesan mudah aman dan cepat.
2. Perlunya keterlibatan artis / influencer yang sesuai agar iklan layanan masyarakat ramai dibicarakan / viral agar khalayak menyadari bahwa sekarang itu tidak perlu datang ke kantor pajak lagi tetapi hanya perlu menggunakan internet saja.