

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa:

Terdapat pengaruh dari variabel X yaitu content social media marketing terhadap variabel Y yaitu customer engagement. Oleh karena itu dalam pengajuan hipotesis, H_0 diterima (terdapat pengaruh dari variabel content social media marketing terhadap variabel customer engagement) dan H_1 ditolak (tidak terdapat pengaruh dari variabel content social media marketing terhadap variabel customer engagement).

Besaran pengaruh yang dari variabel content social media marketing terhadap variabel customer engagement adalah sebesar 65,2%, besaran pengaruh ini mengindikasikan adanya pengaruh yang cukup besar dari konten media sosial yang dibuat oleh Gojek Tangerang terhadap customer engagement pelanggan Gojek. Pengaruh ini juga memiliki hubungan dengan arah positif, yaitu jika nilai dari content social media marketing tinggi, maka nilai customer engagement juga tinggi, begitu juga sebaliknya.

B. Implikasi Penelitian

Implikasi dari penelitian ini dapat ditarik dari kesimpulan penelitian. Berdasarkan kesimpulan yang ada terdapat pengaruh yang cukup besar (65%) dari variabel content social media marketing terhadap variabel customer engagement, hal ini perlu dijaga oleh divisi marketing perusahaan Gojek Tangerang, bahkan ditingkatkan. Konten yang sudah dibuat selama ini cukup untuk menimbulkan rasa keterikatan pada pelanggan, namun tentu saja diperlukan inovasi lebih

agar pelanggan tidak merasa jenuh dan tetap tertarik oleh konten media sosial yang dibuat oleh akun @gojektangerang.

C. Saran

1. Saran Kepada Divisi Komunikasi Pemasaran Gojek Tangerang

Disarankan bagi divisi komunikasi pemasaran Gojek Tangerang untuk membuat konten media sosial yang lebih mendorong pelanggan untuk mengambil keputusan. Unsur desire dalam konten perlu untuk ditingkatkan agar pelanggan lebih terdorong untuk mengambil keputusan segera terkait dengan penggunaan jasa layanan yang terdapat di Gojek Tangerang. Selain itu diharapkan bagi Gojek Tangerang juga membuat konten yang dapat menjawab permasalahan umum pelanggan terkait dengan penggunaan layanan jasa Gojek Tangerang.

2. Saran Kepada Pengguna Hasil Penelitian

Diharapkan pada pengguna hasil penelitian dapat berfokus pada konten media sosial yang dapat dipahami, memberikan informasi, dan dapat menunjukkan identitas khusus sebuah brand. Hal ini dikarenakan nilai pada konten media sosial tersebut mendapatkan nilai tinggi, sehingga dapat diaplikasikan oleh divisi komunikasi marketing brand/ perusahaan lainnya. Kontent tersebut telah terbukti dapat menimbulkan customer engagement yang cukup besar pada pelanggan.

3. Saran Kepada Penelitian Selanjutnya

Disarankan pada penelitian selanjutnya agar menambah jumlah sampel, agar hasil yang didapatkan lebih mewakili populasi. Selain itu penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel penelitian dan menggunakan analisis regresi linier berganda.