

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Dari pembahasan di atas diketahui bahwa uji regresi linier sederhana yang dilakukan menunjukkan nilai signifikansi yakni 0. Nilai 0 diketahui lebih kecil dari 0,05. Untuk itu, penelitian ini kemudian membuktikan bahwa terdapat cukup bukti untuk menolak  $H_0$  dan  $H_1$  diterima. Dengan kata lain, terdapat pengaruh antara terpaan informasi di media *online* mengenai penyelenggaraan Shell Eco-marathon di Mandalika 2023 terhadap *green brand image* Shell di Indonesia. Selain itu, terdapat salah satu pernyataan mengenai Shell memiliki beberapa program tertentu. Jika melihat stimulus dalam penelitian ini berupa terpaan informasi mengenai penyelenggaraan Shell Eco-marathon Mandalika 2023, maka dapat dikatakan bahwa responden menerima stimulus tersebut sehingga terbentuklah persepsi bahwa Shell banyak menjalankan program untuk mencari energi terbarukan.

Berdasarkan hasil tabel  $R^2$  di atas yakni 0,323, diketahui bahwa pengaruh terpaan informasi mengenai penyelenggaraan Shell Eco-marathon Mandalika 2023 terhadap *green brand image* Shell di Indonesia adalah sebesar 32,3% sementara 66,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar penelitian ini. Berdasarkan hasil uji yang ada dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta  $a$  adalah 30.232 sementara nilai koefisien regresi  $b$  adalah 0,996. Kemudian nilai tersebut dapat dimasukkan ke dalam persamaan berikut  $Y = 30.232 + 0,996X$ . Berdasarkan persamaan tersebut diketahui bahwa jika terpaan informasi mengenai penyelenggaraan Shell Eco-marathon mengalami kenaikan satu nilai maka nilai *green brand image* mengalami kenaikan 0,996, namun apabila nilai terpaan informasi adalah nol maka nilai *green brand image* adalah sebesar 30.232. Hal ini berarti bahwa terpaan informasi yang ada memiliki dampak positif dan berpengaruh terhadap *green brand image*.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Shell diketahui sangat gencar untuk membangun citra sebagai *brand* terdepan dalam kebaruan energi dan sebagai *brand* yang ramah lingkungan. Untuk itu kedepannya dapat dilakukan penelitian lanjutan mengenai strategi apa saja yang dilakukan Shell untuk membangun citra tersebut dilihat secara internal Shell khususnya internal Shell di Indonesia.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Diketahui bahwa masyarakat Indonesia memang memiliki peringkat yang cukup rendah dibidang literasi sehingga lamanya membaca informasi mengenai Shell Eco-marathon 2023 tergolong rendah. Meski begitu, mayoritas responden sepakat bahwa mereka sangat tertarik dengan informasi mengenai Shell Eco-marathon. Untuk itu, kedepannya Shell dapat membuat berbagai konten yang menarik dalam bentuk video vertikal dan bekerja sama dengan berbagai *key opinion leader* khusus video vertikal untuk dapat membagikan informasi terkini terkait dengan perkembangan Shell Eco-marathon khususnya untuk Shell Eco-marathon 2024 yang akan diadakan di Mandalika pada Juli 2024 mendatang.

