

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian yang mengangkat judul “*Types Of Brand Association Brand Image Gojek dengan BTS Sebagai Brand Ambassador Periode 2022 Pada Followers @Gojekindonesia*” berhasil mengumpulkan data dari 100 responden yaitu *followers* akun instagram @gojekindonesia. Data yang didapatkan adalah jawaban dari kuesioner dimana setiap indikator dalam kuesioner memiliki jawaban dengan *score* 1 hingga 4. Kemudian data tersebut dianalisis dengan menetapkan *range* 3 berdasarkan rumus perhitungan nilai terbesar dengan nilai terkecil.

Berdasarkan hasil jawaban dari responden didapatkan kesimpulan jika ketiga dimensi *types of brand association* memiliki nilai *mean* di atas 3. Pertama, dimensi atribut (*attributes*) yang terdiri dari dua indikator yaitu atribut terkait produk dan atribut non-produk masuk dalam kategori tinggi dengan interval 3.01 – 4.00 yaitu dengan nilai *mean* sebesar 3.39 diatas angka 3.01 dan dibawah 4.00. Kedua, nilai *mean* dimensi manfaat yang terdiri dari tiga indikator masuk dalam kategori tinggi dengan interval 3.01 – 4.00 yaitu dengan nilai *mean* sebesar 3.44, dimana angka tersebut di atas 3.01 dan di bawah 4.00. Ketiga yaitu dimensi sikap (*benefits*) yang terdiri dari tiga indikator yang memiliki nilai *mean* sebesar 3.17 termasuk dalam kategori tinggi karna berada dalam interval 3.01 – 4.00.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah saran yang peneliti berikan :

1. Saran Akademik

Brand image secara teori yang digunakan dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi tiga menurut *types of brands association* yaitu : atribut (*attributes*), manfaat (*benefits*), dan sikap (*attitudes*). Dimensi – dimensi tersebut dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya. Peneliti memiliki harapan agar penelitian selanjutnya bisa memanfaatkan dimensi lain di luar dimensi yang sudah ada dalam penelitian ini untuk mengukur *brand image*. Sehingga mengembangkan penelitian mengenai fenomena dengan variabel *brand image*.

2. Saran Praktis

Penelitian ini menunjukkan hasil olah data nilai *mean* dari masing – masing item dan dimensi yang dapat memberikan deskripsi gambaran kepada penulis maupun setiap perusahaan bahwa Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* periode 2022 telah membentuk *brand image* melalui *types of brand association* pada *followers @gojekindonesia*. Harapannya melalui penelitian yang telah dilakukan ini, dapat mendeskripsikan *brand image* Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* periode tahun 2022 pada *followers @gojekindonesia* melalui teori *types of brand association* dan dapat menjadi referensi untuk

membentuk *brand image* sebuah perusahaan dengan menggandeng artis Korea Selatan sebagai *brand ambassador* kedepannya yang dikomunikasikan menggunakan instagram sebagai media sosial populer.

C. Batasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menyadari pada keterbatasan pada jumlah sampel dengan kelonggaran ketidakteelitian ditolerir yaitu 10% menurut buku Kriyantono. Sampel yang digunakan tergolong kecil jika dibandingkan dengan jumlah total populasi penelitian yaitu sebesar 1.1Jt *followers* dari akun instagram @gojekindonesia. Selain itu, batasan penelitian terletak pada penggunaan satu variabel dalam penelitian yang hanya berfokus pada *types of brand association* untuk mengukur *brand image*. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mempertimbangkan mengenai fokus atau dimensi lain yang dapat digunakan untuk membahas mengenai fenomena *brand image*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyadi, A. D. (2022). Warga +62 Paling Suka Pakai Aplikasi Transportasi Online Apa? Ini Jawabnya. Dilansir dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6449011/warga-62-paling-suka-pakai-aplikasi-transportasi-online-apa-ini-jawabnya> pada 7 Juli 2023.
- Algifari. (2013). *Statistika Deskriptif Plus untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Arjanto, D. (2022). *5 Pemain Baru Ojek dan Taksi Online di Dunia Transportasi Online*. Dilansir dari <https://bisnis.tempo.co/read/1608235/5-pemain-baru-ojek-dan-taksi-online-di-dunia-transportasi-online> pada 17 Agustus 2022.
- Azka, R, M. (2020). *Transportasi Online Topang Bisnis E-commerce Nasional*. Dilansir dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200819/98/1281034/transportasi-online-topang-bisnis-e-commerce-nasional> pada 16 Agustus 2022.
- Bilson, S. (2004). *Riset Pemasaran Falsafah Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Gramedia
- Bps.go.id. (2023). Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2021-2023. Dilansir dari <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html> pada 3 Agustus 2023.

- Bungin, B. (2005). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi kedua*. Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How To Design And Evaluate Research In Education*. Eighth Edition
- Gojek. (2022). Gojek Kerja Sama dengan BTS, Hadirkan Kegembiraan bagi Masyarakat Global. Dilansir dari <https://newsroom.gojek.com/en-id/news/gojek-teams-up-with-bts-to-bring-joy-to-global-audiences-1/> pada 18 Agustus 2022.
- Gojek. (2022). Perusahaan Kami. Dilansir dari <https://newsroom.gojek.com/id-id/about/> pada 18 Agustus 2022.
- Gojek. (2022). Tentang. Dilansir dari <https://www.gojek.com/id-id/about/> pada 18 Agustus 2022.
- GoodStats. (2022). 8 Negara Pengguna Instagram Terbanyak 2022. Dilansir dari <https://goodstats.id/infographic/8-negara-pengguna-instagram-terbanyak-2022-HneG2> pada 3 Agustus 2023.
- Gravetter, F. J. & Wallnau, L. B. (2014). *Pengantar Statistika Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Junior, M., A., M. (2022). BTS Puncaki Boy Grup K-Pop Terpopuler Edisi Maret 2022. Dilansir dari <https://www.tribunnews.com/seleb/2022/03/13/bts-puncaki-boy-grup-k-pop-terpopuler-edisi-maret-2022> pada 9 September 2022

- Keller, Kevin Lane. (1998). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid ke- 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid ke- 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*, 15e Global Edition. London: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi ke – 12, Jilid ke- 2. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Edisi Pertama. KENCANA
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Edisi. 1. Jakarta : Rajawali Pers.
- Marvela. 2022. Kolaborasi dengan BTS, Gojek Siapkan Merchandise Eksklusif dan Promo Spesial. Dilansir dari <https://seleb.tempo.co/read/1604055/kolaborasi-dengan-bts-gojek-siapkan-merchandise-eksklusif-dan-promo-spesial> pada 3 Agustus 2023
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Neuman, W. L. (2013). *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi ke – 7*. Jakarta : PT Indeks

Nurfadila, F.,(2022). Pemanfaatan Cyberspace dan Trend Korean Wave, Tingkatkan Efisiensi Komunikasi Pemasaran. Dilansir dari <https://jabar.tribunnews.com/2022/08/12/pemanfaatan-cyberspace-dan-trend-korean-wave-tingkatkan-efisiensi-komunikasi-pemasaran?page=2> pada 19 Agustus 2022.

RADARBANDUNG.id. (2020). Gojek Berhasil Bangun *Brand Image* Lebih Kuat. Dilansir dari <https://www.radarbandung.id/2020/11/15/gojek-berhasil-bangun-brand-image-lebih-kuat/> pada 13 Juni 2023.

Ruane, J., M. (2013). *Dasar-Dasar Metode Penelitian : Panduan Riset Ilmu Sosial*. Bandung : Nusamedia

Saptoyo, R, D, A.(2022). Kilas Balik Prestasi dan Rekor BTS yang Dicapai dalam 9 Tahun. Dilansir dari <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/15/202100882/kilas-balik-prestasi-dan-rekor-bts-yang-dicapai-dalam-9-tahun-?page=all> pada 29 Juli 2022.

Sembiring, L, J. (2019). Teknologi Digital, Pengangguran & Fenomena Ojol yang Semarak. Dilansir dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191030085812-37-111213/teknologi-digital-pengangguran-fenomena-ojol-yang-semarak> pada 15 Agustus 2022.

- Sendari, A. A. (2019). Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya. Dilansir dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya?page=3> pada 28 November 2023.
- Schiffman, L.G & Kanuk, L.L. (2018). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Pengalih Bahasa Drs. Zoelkifli Kasip. Jakarta : PT INDEKS.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Ke-5 Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research and Development / R & D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sukestiyarno. (2014). *Statistika Dasar*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode penelitian komunikasi dengan pendekatan kuantitatif*. Bandung: Rosda.
- Top Brand Award. (2022). Dilansir dari https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_sukategori=636 pada 7 Juni 2023.
- Widoyoko, E. P. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Perkenalkan saya Elisabet Surya merupakan mahasiswa S1, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY).

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "**Types Of Brand Association Brand Image Gojek Dengan BTS Sebagai Brand Ambassador Periode 2022 Pada Followers @gojekindonesia**" untuk memenuhi kewajiban menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dijenjang perkuliahan S1.

Dengan kriteria responden sebagai berikut :

- *Followers* akun instagram @gojekindonesia.

Terima kasih banyak atas bantuan dan waktu yang teman-teman berikan. Salam sehat dan semangat untuk kita semuanya.

*** Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi**

Kapan mem*follow* / menjadi *follower* akun @gojekindonesia *

Sebelum atau saat bulan Oktober 2022

Sesudah Oktober 2022

Berikutnya Kosongkan formulir

Profil Responden

Saya memohon kesediaan anda untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi daftar pertanyaan mengenai profil responden di bawah ini.

Data mengenai profil responden yang akan anda isikan ini nantinya akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk keperluan pendidikan semata.

Nama / Akun *

Jawaban Anda

Umur *

- < 17 Tahun
- 17 - 25 Tahun
- 26 - 35 Tahun
- 36 - 45 Tahun
- > 45 Tahun

Jenis Kelamin *

- Perempuan
- Laki - Laki

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Pertanyaan Pendahulu

Saya mengetahui BTS *

- YA
 TIDAK

Saya mengetahui bahwa pada tahun 2022 BTS menjadi *brand ambassador* Gojek *

- YA
 TIDAK

Untuk pertama kalinya, dari mana anda tau BTS menjadi *Brand Ambassador* atau menjadi postingan Gojek? *

- Instagram @gojekindonesia
 Website Gojek.com
 Youtube Gojek Indonesia
 Twitter @gojekindonesia
 Facebook Gojek Indonesia
 Lainnya

Apakah anda pernah mengetahui atau melihat konten pada @gojekindonesia tentang BTS pada tahun 2022? *

- YA
 TIDAK

Kembali

Berikutnya

Kosongkan formulir



BRAND IMAGE

Kuesioner ini berisi total 22 pertanyaan tentang *brand image* Gojek yang dibagi menjadi 3 bagian. Waktu yang dibutuhkan untuk mengisi keseluruhan total pertanyaan yakni 3 sampai 5 menit. Berikut untuk panduan pengisian kuesioner :

1. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan pernyataan
2. Terdapat empat pilihan jawaban dari setiap pertanyaan yang akan diberikan.
3. Pilihlah Jawaban Atas pertanyaan dibawah ini dengan memilih satu pilihan jawaban yang mewakili penilaian anda.

Setiap pilihan jawaban yang akan anda pilih mewakili jawaban atas penilaian anda pada masing-masing indikator *brand image* Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador*

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* diwujudkan kedalam berbagai macam layanan misalnya dalam Gofood, Gocar, GoRide, GoClub dan Gopay *

- SS
- S
- TS
- STS

Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* memiliki desain yang menarik pada *
postingan @gojekindonesia.

- SS
- S
- TS
- STS

Logo Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* mudah diingat *

- SS
- S
- TS
- STS

Harga Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* bervariasi sesuai kualitas *
produk Gojek.

- SS
- S
- TS
- STS

Tagline Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* "Pasti Ada Kejutan" mudah *
diingat.

- SS
- S
- TS
- STS

Layanan Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* dapat digunakan oleh pria *
maupun wanita

- SS
- S
- TS
- STS

Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* merupakan perwujudan sebuah *
brand yang inovatif mengikuti perkembangan jaman

- SS
- S
- TS
- STS

Publikasi tentang Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* (promo, tawaran, *
dan misi) pada @gojekindonesia mampu memberikan rasa senang

- SS
- S
- TS
- STS

Brand Image

MANFAAT

Varian layanan Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* memiliki berbagai * manfaat sesuai dengan kebutuhan konsumen

- SS
- S
- TS
- STS

Publikasi Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* pada akun @gojekindonesia memiliki kualitas yang baik *

- SS
- S
- TS
- STS

Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* memberikan kemudahan sebagai * solusi dalam moda transportasi

- SS
- S
- TS
- STS

Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* menimbulkan kesan *modern* masa *
kini.

- SS
- S
- TS
- STS

Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* melalui publikasi pada *
@gojekindonesiamenimbulkan kepuasan tersendiri

- SS
- S
- TS
- STS

Gojek merupakan perusahaan transportasi *online* terpercaya yang dapat saya *
andalkan.

- SS
- S
- TS
- STS

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

BRAND IMAGE

SIKAP

Dengan adanya konten pada akun instagram @gojekindonesia, saya mengetahui *
bahwa Gojek memiliki *brand ambassador* yaitu BTS.

- SS
- S
- TS
- STS

Saya mengetahui Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* terwujud dalam *
berbagai bentuk yang sangat bervariasi.

- SS
- S
- TS
- STS

Publikasi Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* pada akun *
@gojekindonesia menarik perhatian saya

- SS
- S
- TS
- STS

Saya mengikuti tentang Gojek dengan BTS pada akun @gojekindonesia *

- SS
- S
- TS
- STS

Saya terdorong untuk melakukan pencarian lebih lanjut mengenai informasi Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* pada akun @gojekindonesia. *

- SS
- S
- TS
- STS

Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* pada akun instagram @gojekindonesia, membuat Gojek menjadi perusahaan transportasi *online* dengan citra yang baik. *

- SS
- S
- TS
- STS

Dengan adanya Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador*, saya terdorong untuk *install* aplikasi Gojek *

- SS
- S
- TS
- STS

Dengan adanya Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador*, saya jadi cenderung lebih menggunakan aplikasi Gojek. *

- SS
- S
- TS
- STS

Kembali

Kirim

Kosongkan formulir

3. Hasil Uji Validitas

		Correlations																							
		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16	ITEM17	ITEM18	ITEM19	ITEM20	ITEM21	ITEM22	Item	
ITEM1	Pearson Correlation	1	0.256	0.128	0.02*	0.310	0.60*	0.44*	-0.184	0.49*	0.30	-0.032	0.58*	0.153	0.130	0.331	0.49*	0.06	0.004	0.008	0.690	0.428	0.322	0.037	0.005
	Sig. (2-tailed)		0.172	0.060	0.000	0.095	0.000	0.000	0.331	0.011	0.107	0.868	0.001	0.888	0.493	0.074	0.005	0.004	0.008	0.690	0.428	0.322	0.037	0.005	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Brand Image

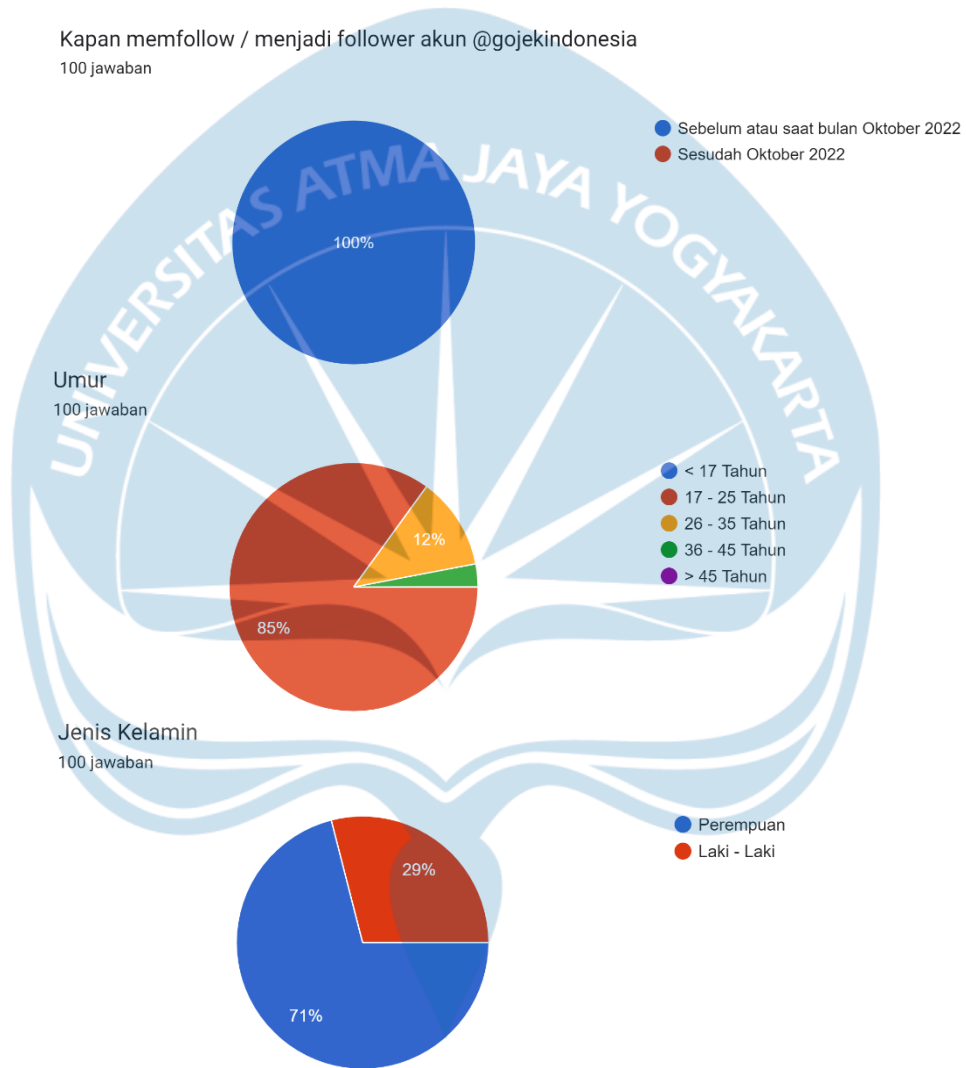
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	22

5. Hasil Jawaban Responden

2.1 Data Responden dan Pertanyaan Pendahulu

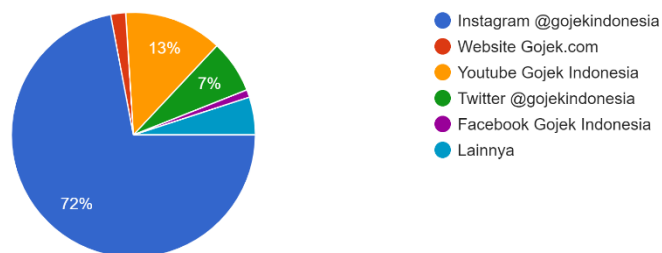
Kapan memfollow / menjadi follower akun @gojekindonesia

100 jawaban



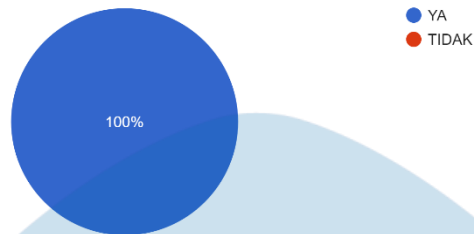
Untuk pertama kalinya, dari mana anda tau BTS menjadi Brand Ambassador atau menjadi postingan Gojek?

100 jawaban



Apakah anda pernah mengetahui atau melihat konten pada @gojekindonesia tentang BTS pada tahun 2022?

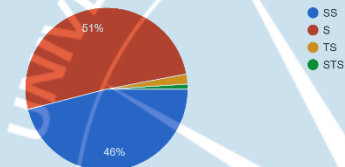
100 jawaban



2.2 Pertanyaan *Brand Image*

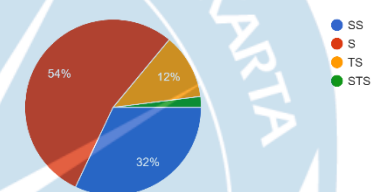
Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador diwujudkan kedalam berbagai macam layanan misalnya dalam Gofood, Gocar, GoRide, GoClub dan Gopay

100 jawaban



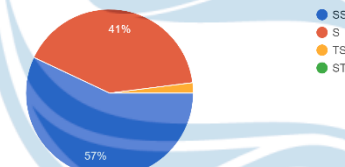
Tagline Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador "Pasti Ada Kejutan" mudah diingat.

100 jawaban



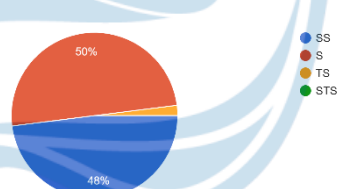
Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador memiliki desain yang menarik pada postingan @gojekindonesia.

100 jawaban



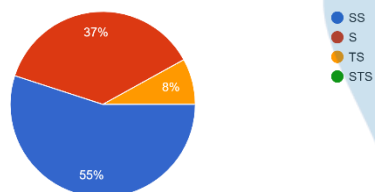
Layanan Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador dapat digunakan oleh pria maupun wanita

100 jawaban



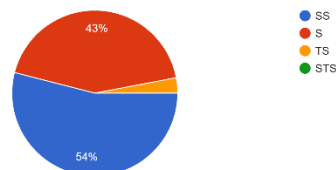
Logo Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador mudah diingat

100 jawaban



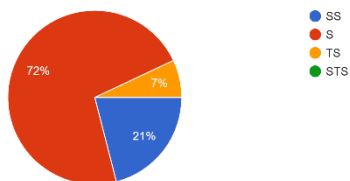
Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador merupakan perwujudan sebuah brand yang inovatif mengikuti perkembangan jaman

100 jawaban



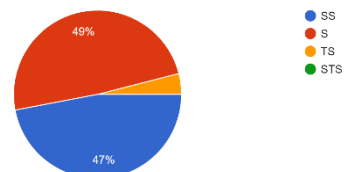
Harga Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador bervariasi sesuai kualitas produk Gojek.

100 jawaban



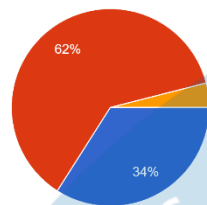
Publikasi tentang Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador (promo, tawaran, dan misi) pada @gojekindonesia mampu memberikan rasa senang

100 jawaban



Manfaat

Varian layanan Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador memiliki berbagai manfaat sesuai dengan kebutuhan konsumen
100 jawaban

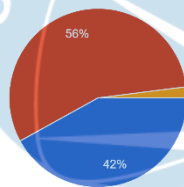


SS
S
TS
STS

Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador menimbulkan kesan modern masa kini.
100 jawaban

SS
S
TS
STS

Publikasi Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador pada akun @gojekindonesia memiliki kualitas yang baik
100 jawaban

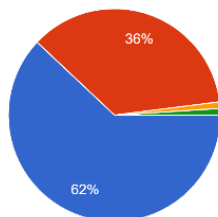


SS
S
TS
STS

Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador menimbulkan kepuasan tersendiri bagi konsumennya
100 jawaban

SS
S
TS
STS

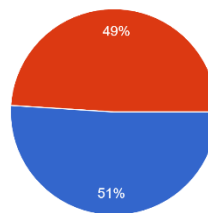
Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador memberikan kemudahan sebagai solusi dalam moda transportasi
100 jawaban



SS
S
TS
STS

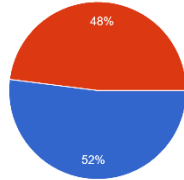
Gojek merupakan perusahaan transportasi online terpercaya yang dapat saya andalkan.
100 jawaban

SS
S
TS
STS

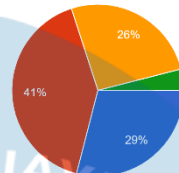


SIKAP

Dengan adanya konten pada akun instagram @gojekindonesia, saya mengetahui bahwa Gojek memiliki brand ambassador yaitu BTS.
100 jawaban

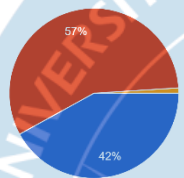


Saya terdorong untuk melakukan pencarian lebih lanjut mengenai informasi Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador pada akun @gojekindonesia.
100 jawaban



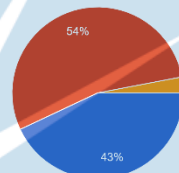
SS
S
TS
STS

Saya mengetahui Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador terwujud dalam berbagai bentuk yang sangat bervariasi.
100 jawaban



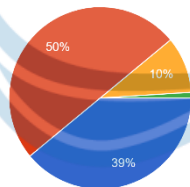
SS
S
TS
STS

Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador pada akun instagram @gojekindonesia, membuat Gojek menjadi perusahaan transportasi online dengan citra yang baik.
100 jawaban



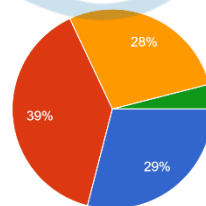
SS
S
TS
STS

Publikasi Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador pada akun @gojekindonesia menarik perhatian saya
100 jawaban



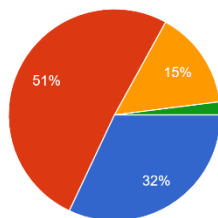
SS
S
TS
STS

Dengan adanya Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador, saya terdorong untuk menginstall aplikasi Gojek
100 jawaban



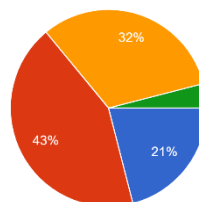
SS
S
TS
STS

Saya mengikuti tentang Gojek dengan BTS pada akun @gojekindonesia
100 jawaban



SS
S
TS
STS

Dengan adanya Gojek dengan BTS sebagai brand ambassador, saya jadi cenderung lebih menggunakan aplikasi Gojek.
100 jawaban



SS
S
TS
STS