

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun hasil dan pembahasan dari penelitian dapat ditarik kesimpulan yang diharapkan bisa menjawab tujuan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram secara keseluruhan direspon oleh responden dengan baik (setuju), dari semua pernyataan variabel X di kuesioner penelitian. Hal ini dapat dilihat dari hasil rekapitulasi jawaban respon (tabel 4.33) pada variabel X memiliki nilai rata-rata sebesar 4,14. Dari semua dimensi Konten Instagram, dimensi *Feeds* dengan indikator konten berupa video (X1.4) yang memiliki mean tertinggi, yaitu 4,35 dibandingkan dengan dimensi lain dalam variabel X. Isi pernyataan dari dimensi *Feeds* adalah : Video *feeds* @erigostore #turkeytakeover menampilkan para influencer kalangan milenial.
2. Keputusan pembelian *followers* atau pengikut akun Instagram Erigo @erigostore secara keseluruhan responden merespon baik (setuju) dari semua pernyataan variabel Y di kuesioner penelitian. Hal ini dapat dilihat dari hasil rekapitulasi jawaban responden (tabel 3.4) pada variabel Y dengan rata-rata sebesar 4,40. Keputusan pembelian dengan indikator Evaluasi *Alternative* (Y3.11) memiliki nilai mean tertinggi 4,67 dibandingkan dengan dimensi lain dalam variabel Y. Isi pernyataan dari dimensi keputusan pembelian tersebut adalah adanya konten Erigo #turkeytakeover banyak memberikan manfaat bagi para konsumen sebelum membeli *product* Erigo.
3. Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,512 (R square) yang artinya 51,2% memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sementara sisanya 48,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian. Nilai korelasi (r) sebesar 0,642 yang artinya Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram berpengaruh positif dan berhubungan kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} (9,889) > t_{tabel} (1,663)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil tersebut telah dibuktikan bahwa

memang adanya pengaruh pada Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap keputusan pembelian dan terbukti signifikan.

5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap Keputusan Pembelian” dari semua indikator yang diajukan, masih ada indikator yang lemah yang mendapatkan hasil ragu-ragu dari responden seperti contohnya pada indikator X1.9 memiliki sebanyak 17 responden yang merupakan *followers* akun Instagram @erigostore menyatakan ragu-ragu bahwa pada konten *stories* @erigostore #turkeytakeover bersifat sementara dan dapat hilang dalam kurun waktu 24 jam. Hal ini dapat dikarenakan adanya kemungkinan postingan *stories* yang di *upload* oleh Erigo dihapus sebelum kurun waktu 24 jam sehingga ada kemungkinan sebagian *followers* Erigo belum melihat *stories* tersebut.

Maka diharapkan dengan adanya respon ragu-ragu ini Erigo lebih memperhatikan *stories* yang di *upload*, serta lebih aktif dan interaktif dalam *upload stories*. Pada saat proses keputusan pembelian tentunya membutuhkan waktu yang panjang, maka disarankan untuk Erigo lebih memberikan konten-konten yang lebih meyakinkan Konsumen seperti konten testimony yang bisa saja di *upload* di *stories* atau fitur Instagram lainnya. tidak hanya testimoni tetapi referensi *outfit* untuk *traveling* juga bisa lebih digencarkan untuk di *upload*.

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan meneliti Konten Erigo dengan media *placement* yang berbeda, bisa dengan media *placement* digital seperti media sosial *Facebook*, *Twitter*, atau bisa juga media *placement* luar ruang untuk dapat menjangkau konsumen yang lebih luar serta dapat meningkatkan keputusan pembelian produk Erigo.