

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan penjelasan dari hasil penelitian tersebut, maka didapatkan sebuah kesimpulan dari penelitian ini yang dapat dilihat dibawah ini:

Terpaan pesan melalui akun Instagram @decathlon.indonesia memiliki pengaruh signifikan terhadap citra perusahaan retail olahraga PT Decathlon Sports Indonesia. Konten-konten yang disampaikan melalui akun tersebut berhasil membangun citra yang positif dan kuat di mata pengikutnya.

1. Pengikut menganggap perusahaan sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan olahraga yang dapat diandalkan. Konten-konten beragam, informatif, dan relevan yang disampaikan melalui akun tersebut memberikan kesan bahwa perusahaan memiliki keahlian dan komitmen dalam menyediakan solusi olahraga yang berkualitas. Didasari oleh pernyataan responden pada pernyataan 1 variabel terpaan pesan, mayoritas responden (43%) setuju dan merasa sangat setuju (39%) dengan penggunaan media sosial untuk mengakses informasi dan konten yang berkaitan dengan olahraga dan produk @decathlon.indonesia.
2. Disimpulkan bahwa interaksi aktif dan responsif dari akun Instagram @decathlon.indonesia memberikan kesan bahwa perusahaan memperhatikan kebutuhan konsumen. Pengikut merasa didengar dan dihargai oleh perusahaan, yang memperkuat citra perusahaan sebagai merek yang peduli terhadap konsumen dan komunitas olahraga. Tercermin juga dari jawaban responden atas pernyataan 6 variabel citra perusahaan terkait PT. Decathlon Indonesia memiliki pelayanan yang handal dan responsif terhadap kebutuhan konsumen, didapatkan hasil dari pernyataan tersebut sebanyak 34% responden menyatakan setuju dan 23% sangat setuju.
3. Adanya ikatan emosional antara pengikut dan perusahaan menciptakan citra perusahaan yang kuat di mata pengikutnya. Pengikut merasa terhubung secara emosional dengan perusahaan dan menganggapnya sebagai merek yang dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan olahraga mereka. Didukung oleh pernyataan 7 variabel citra perusahaan sebanyak 34%

responden menyatakan setuju dan 21% sangat setuju bahwa PT. Decathlon Indonesia memiliki pelayanan yang sigap dan tanggap terhadap pertanyaan atau masalah konsumen. Melalui hal tersebut kesimpulan bahwa PT.Decathlon Indonesia memberikan kesan secara emosional sebagai perusahaan yang dapat diandalkan.

4. Melalui terpaan pesan akun Instagram @decathlon.indonesia, perusahaan PT Decathlon Sports Indonesia berhasil membangun citra yang positif dan kuat di mata pengikutnya. . Diperlihatkan dari hasil penelitian Variabel Terpaan Pesan memiliki hasil signifikansi yang bernilai 0,000 ($0,000 < 0,05$). Lalu, bila dilihat dari segi persentase pengaruh variabel Citra Perusahaan dipengaruhi oleh variabel Terpaan Pesan sebesar 36%.. Pengikut menganggap perusahaan sebagai sumber inspirasi, pengetahuan olahraga yang dapat diandalkan, serta merek yang peduli terhadap konsumen dan komunitas olahraga Interaksi aktif dan ikatan emosional antara pengikut dan perusahaan juga memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia solusi olahraga yang terpercaya dan berkualitas.

5.2. Saran

Berdasarkan dari paparan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat disampaikan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, melakukan penelitian lebih mendalam mengenai jenis konten yang paling berpengaruh dalam membangun citra perusahaan. Misalnya, apakah konten tentang penggunaan produk, kegiatan komunitas olahraga, atau ulasan pengguna memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap persepsi pengikut terhadap perusahaan. Selain itu, menganalisis pengaruh konten visual dalam terpaan pesan terhadap citra perusahaan. Meneliti pengaruh desain grafis, fotografi, dan tata letak konten terhadap persepsi pengikut terhadap keprofesionalan dan kredibilitas perusahaan. Lalu, melakukan penelitian lebih lanjut tentang interaksi pengikut dengan konten dan respons perusahaan. Menganalisis dampak interaksi individual, seperti likes, komentar, dan sharing, terhadap persepsi pengikut terhadap perusahaan.

2. Untuk perusahaan, terus memperkuat konten yang relevan dan inspiratif. Menjaga keberagaman dan informativitas konten yang disampaikan melalui akun Instagram @decathlon.indonesia agar tetap menarik bagi pengikut dan memenuhi kebutuhan serta minat mereka. Meningkatkan interaksi dengan pengikut secara aktif dan responsif. Melibatkan pengikut dalam diskusi, membalas komentar, dan merespon pertanyaan atau masukan dari pengikut untuk memperkuat hubungan dan citra perusahaan sebagai merek yang peduli terhadap konsumen. Menggunakan testimoni pengguna produk secara lebih strategis. Menghadirkan lebih banyak testimonial yang meyakinkan dari pengguna produk Decathlon yang puas untuk memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia solusi olahraga yang terpercaya dan berkualitas.