

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan dengan harapan dapat menjawab tujuan dalam penelitian, sebagai berikut :

1. Pada variabel X (Konten Instagram) rata – rata responden memberikan jawaban dengan baik (setuju). Hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi variabel X memiliki rata – rata sebesar 3,36. Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) Konten Instagram yang memiliki data tertinggi adalah X22 dengan pernyataan “Akun Instagram @crsl.store menampilkan normal (Konten berupa foto atau 15 detik video) dapat membantu dalam mendapatkan informasi seputar @crsl.store.” yaitu sebesar 3,80 karena konten sosial media yang memiliki informasi mengenai produk dengan visual yang menarik menandakan bahwa konten atau postingan tersebut dapat membantu masyarakat memilih produk dan menimbulkan minat atau ketertarikan pada orang yang melihatnya.
2. Pada variabel Minat Beli rata – rata responden memberikan jawaban dengan baik (Setuju). Hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi variabel Y memiliki rata – rata sebesar 3,19. Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) Minat Beli pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y10 yang memiliki pernyataan “Deskripsi pada konten crsl.store di Instagram memberikan keterangan mengenai keunggulan produk tersebut”. yaitu 3,33 tabel (4.56) karena Crsl.Store memiliki Deskripsi pada konten memberikan informasi terkait mengenai keunggulan produk agar supaya meningkatkan minat beli terhadap masyarakat.

3. Terdapat pengaruh yang kuat antara Konten Instagram dan Minat Beli. Berdasarkan hasil perhitungan dari data penelitian ini didapat bahwa nilai thitung 14,750 yang dimana lebih besar dari nilai ttabel 1,331. Karena thitung lebih besar dari ttabel maka H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara Konten Instagram crsl.store terhadap Minat Beli. Terdapat data dari koefisien determinasi menunjukkan angka persamaan tersebut yaitu 67,6% sementara sisanya 32,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Seperti promo yang dilakukan, dan produk – produk terbaru.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan serta kesimpulan serta keterbatasan penelitian dikemukakan di atas, saran yang dapat dikemukakan bagi pihak – pihak yang terkair antara lain:

1. Kepada akun Instagram @crsl.store, hal yang harus diperhatikan selanjutnya berkaitan dengan konten yang dibagikan, diharapkan kedepannya, akun Instagram @crsl.store dapat melakukan atau menampilkan tema konten yang berbeda – beda setiap harinya eksplorasi terhadap jenis produk yang akan diunggah dan juga pesan yang di sampaikan konten @crsl.store harus mudah dipahami dan menarik untuk dilihat.
2. Hal ini didasari pada indikator yang paling lemah dan banyak jawaban tidak setuju dari variabel X yang pernyataan “akun Instagram @crsl.store menampilkan tema konten yang berbeda – beda setiap harinya” **pada tabel 4.7** yang menjawab tidak setuju dengan sebesar 18 orang, dimana perusahaan fashion @crsl.store harus memperhatikan tema pada konten yang harus berbeda – beda agar banyak tertarik konsumen.
3. Dari hasil peneliti yang lemah juga pada pernyataan **variabel X tabel 4.8** yaitu “Detail Value konten akun Instagram @crsl.store yang disampaikan mudah dipahami dimana” yang menjawab Tidak Setuju 15 orang, dimana harus diperhatikan pesan yang disampaikan agar konsumen mudah dipahami dan di terima oleh konsumen.