



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tingkat daya tarik konten *Instagram* terhadap pembentukan citra merek, seberapa besar pengaruhnya terhadap pembentukan citra merek *Rollover Reaction*, dan prediksi kenaikan nilai pembentukan citra merek *Rollover Reaction* yang dipengaruhi oleh tingkat daya tarik konten *Instagram*. Peneliti melakukan analisis data dari 200 responden yaitu *followers* perempuan akun *Instagram* @rollover.reaction untuk menjawab rumusan masalah tersebut. Simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Ada pengaruh yang signifikan dari tingkat daya tarik konten *Instagram* terhadap pembentukan citra merek *Rollover Reaction*.
- b. Data hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa tingkat daya tarik konten *Instagram* memiliki pengaruh sebesar 59,1% terhadap pembentukan citra merek *Rollover Reaction*. Oleh karena itu, pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini signifikan karena telah melebihi batas tengah pengaruh yaitu 50%.

Adapun 40,9% lainnya merupakan faktor lain di luar penelitian ini.

- c. Prediksi kenaikan nilai pembentukan citra merek *Rollover Reaction* yang dipengaruhi oleh tingkat daya tarik konten *Instagram* dapat dilihat melalui persamaan regresi $Y = 4,886 + 0,696X$

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan dari penelitian ini, ada beberapa saran yang peneliti berikan yaitu

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik konten *Instagram* memiliki pengaruh signifikan terhadap citra merek *Rollover Reaction* sebesar 59,1% dan pengaruh tersebut cukup signifikan sehingga penelitian selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lain seperti *celebrity endorsement, special event, pop-up store*, dan sebagainya yang dapat memberikan pengaruh terhadap citra merek selain daya tarik konten *Instagram*. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengelaborasi dimensi dari daya tarik konten dalam menyampaikan pesan yang dipilah sebagai variabel tersendiri sehingga penelitian menjadi lebih detail.
- b. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh cukup signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat, *Rollover Reaction* sebagai merek bisa meningkatkan kualitas daya tarik konten *Instagram* sebagai media, baik secara kognitif maupun afektif, untuk mengomunikasikan dan menyampaikan pesan-pesan penjualan mereknya di digital. Selain itu, *Rollover Reaction* perlu melakukan evaluasi secara berkala untuk mengetahui pendapat atau opini dari para *followers* terhadap pesan dalam konten-konten yang diunggah dalam akun *Instagram @rollover.reaction* sehingga dapat menjadi masukan terhadap internal perusahaan.

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A