



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

Dalam penelitian yang sudah diteliti, untuk menjawab apakah ada pengaruh antara variabel independen konten Instagram (X) dengan variabel dependen minat beli *followers* (Y) maka dari hasil yang sudah diteliti dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh antara konten Instagram @_damniloveindo terhadap minat beli *followers*.
2. Terdapat pengaruh antara konten Instagram @_damniloveindo terhadap minat beli *followers* sebesar 66,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Jika terdapat penambahan pada variabel konten Instagram (X) maka akan terjadi peningkatan pada variabel minat beli (Y) sebesar 0,425 poin. Hal ini menunjukkan konten Instagram berpengaruh terhadap minat beli.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa masih terdapat beberapa kesalahan dalam penelitian ini antara lain segi struktur bahasa dan juga penulisan. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya yang serupa diharapkan dapat mengembangkan dan memperbaiki kekurangan

dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya juga diharapkan agar mampu mengembangkan dengan mengangkat dimensi-dimensi lain yang dapat mempengaruhi minat beli *followers* sesuai dengan dimensi yang akan di analisis.

5.2.2 Saran Praktis

Melalui hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti juga memiliki saran untuk perusahaan yang ingin menjual dan memasarkan produknya menggunakan sosial media Instagram, diharapkan dapat terus dipertahankan dan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan gaya pemasaran terkini, karena media sosial instagram dianggap sebagai media yang paling dibutuhkan dalam mencari informasi terbukti dengan hasil yang diperoleh peneliti bahwa pengaruh konten Instagram terhadap minat beli adalah 66,3% dan pengaruh minat beli yang dipengaruhi oleh bertambahnya konten Instagram adalah 0,425. bahwa mayoritas *followers* @_damniloveindo menyampaikan bahwa konten dalam akun Instagram Damn *I Love* Indonesia memberikan informasi yang penting dan bermanfaat.

Melalui hasil penelitian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada pengaruh antara konten Instagram dengan minat beli *followers*. Pengaruh konten media sosial Instagram terhadap minat beli sebesar 0,663 atau dapat di interpretasikan dengan 66,3%

pengaruh konten media sosial Instagram terhadap minat beli *followers*, maka hasil ini sesuai dengan penelitian tersebut. Sedangkan 33,7% dari minat beli dipengaruhi oleh faktor lain yang ada diluar penelitian ini.

