



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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**

Setelah melakukan rangkaian mulai dari proses penelitian, pengujian, pengolahan, dan analisis data, maka terjawab sudah tujuan yang dirumuskan dalam penelitian yaitu apakah ada pengaruh terpaan berita keracunan makanan di media sosial Instagram (X) terhadap *brand image* restoran Saigon Delight (Y) dan seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y tersebut. Sehingga, dapat diambil beberapa simpulan terkait dengan hasil penelitian yang sudah diperoleh sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, hipotesa yang terbukti dalam penelitian ini adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terpaan berita keracunan makanan di media sosial Instagram terhadap *brand image* restoran Saigon Delight.
2. Terpaan berita keracunan makanan di media sosial Instagram memberikan pengaruh sebesar 36,5% terhadap *brand image* restoran Saigon Delight. Hal tersebut dilihat dari nilai *R Square* sebesar 0,365. Sedangkan sisanya sebesar 63,5% variabel Y dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diketahui dan tidak dibahas penelitian ini misalnya pengalaman atau pengetahuan yang dibentuk oleh khalayak atau perusahaan. Berdasarkan penelitian, dapat diketahui bahwa dimensi atensi pada variabel terpaan

media memberikan pengaruh signifikan paling besar terhadap *brand image* restoran Saigon Delight sebesar 31,1%. Kemudian, mendukung pernyataan yang memiliki nilai “Mean” tertinggi pada variabel *brand image*, kategori jenis kelamin perempuan memberikan rata-rata tertinggi ketimbang laki-laki terhadap perubahan pandangan yang terjadi ke *brand image* restoran Saigon Delight sebesar 3,55.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah didapatkan, dapat disampaikan saran baik untuk akademis maupun praktis sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Akademis**

Setelah menyusun beberapa saran terkait dengan penelitian ini, diharapkan agar secara akademis dapat dikembangkan lagi. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengaitkan atau menambahkan faktor variabel X lainnya dengan terpaan media yang dapat menyebabkan pembentukan *brand image* bagi suatu perusahaan. Hal tersebut dikarenakan pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa terpaan berita di media sosial Instagram memengaruhi *brand image* dari sebuah perusahaan dan juga masih kurangnya penelitian yang mengaitkan terpaan media dengan suatu variabel lain terhadap variabel terikatnya.

Faktor variabel X lainnya tersebut dapat berupa salah satunya yaitu kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dalam pembentukan citra merek. Pada penelitian jurnal milik Intan Primadini mengatakan bahwa kegiatan CSR memberikan pengaruh yang signifikan terhadap citra merek (Primadini, I., 2016).

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran praktis, sebagai berikut:

1. Restoran Saigon Delight yaitu lebih memperhatikan lagi isi pemberitaan atau isu perusahaan yang tersebar dalam media sosial. Hal itu dikarenakan dimensi atensi merupakan dimensi yang memberikan pengaruh paling besar terhadap *brand image* yaitu sebesar 31,1%. Apalagi, di zaman sekarang masyarakat tidak lepas dari yang namanya penggunaan media sosial sehingga masyarakat dapat dengan mudah mencari pemberitaan yang ingin mereka ketahui.
2. Restoran Saigon Delight dapat menjalin hubungan yang baik kepada para media dengan maksud agar media dapat terus memberitakan hal-hal positif mengenai restoran Saigon Delight dan juga tidak dapat dengan mudah untuk menyebarkan pemberitaan yang negatif.
3. Restoran Saigon Delight dapat mengadakan sebuah acara dengan mengundang beberapa pakar ahli makanan ataupun ahli gizi untuk mengunjungi restoran Saigon Delight serta turut mengundang para media guna mempublikasikan kegiatan tersebut ke masyarakat. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan penyebaran informasi yang positif dan pembangunan *image* positif dari produk yang ditawarkan oleh restoran Saigon Delight agar mendapatkan kepercayaan kembali dari masyarakat.