

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Pesan Instagram terhadap Minat Beli *Brand* Erigostore” ini memiliki tujuan untuk mengetahui adakah pengaruh daya tarik pesan Instagram @Erigostore terhadap minat beli konsumen. Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik pesan akun Instagram Erigostore terhadap minat beli.
2. Data analisis menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Daya Tarik Pesan Akun Instagram terhadap Minat Beli konsumen Erigostore adalah sebesar 53,7%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 46,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

#### **5.2. Saran**

##### **5.2.1. Saran Akademis**

Pada penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu daya tarik pesan Instagram. Pada penelitian selanjutnya, dapat dikembangkan penelitian dengan menggunakan lebih dari satu variabel independen yang diduga mempengaruhi minat beli konsumen seperti *endorment* selebgram, promosi *offline* dan lain sebagainya.

##### **5.2.2. Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka muncul beberapa saran dari peneliti yang dapat dijadikan pertimbangan oleh *Brand* Erigostore yaitu sebagai berikut :

Saran praktis yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah Erigostore dapat memberikan daya tarik pesan minat beli terhadap konsumennya. Erigostore sebaiknya meningkatkan eksistensinya dengan menggunakan *Website* Erigostore

karena konsumen belum banyak yang mengetahui tentang Website Erigostore, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata pada pernyataan “Saya mencari tahu Brand Erigostore Melalui Website Erigostore” memiliki nilai terendah. Dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Daya tarik pesan Instagram Erigostore sudah baik, hal ini ditunjukkan dari jawaban responden yang mayoritas memilih jawaban “setuju” dan “sangat setuju”, namun perlu ditingkatkan lagi agar pesan yang disampaikan Instagram Erigostore mengajak konsumen untuk menunjukkan rasa sayang kepada orang-orang terdekat. Karena jawaban responden atas pernyataan ini masih rendah.