

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. SIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh *visual storytelling web series* #BerasaBeneran oleh Durex Indonesia terhadap keputusan pembelian di Tangerang. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengetahui seberapa besar pengaruh strategi tersebut terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini melakukan analisis data dari sebanyak 400 responden mahasiswa yang berdomisili di Tangerang yang sudah pasti pernah menonton *web series* #BerasaBeneran di akun Youtube resmi Durex Indonesia. Simpulan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Ada pengaruh *visual storytelling* terhadap keputusan pembelian Durex Indonesia pada varian Durex *Invisible*, yaitu sebanyak 40.2%. Oleh karena itu, penerapan *visual storytelling* ini dikatakan cukup signifikan. Adapun 59,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang bukan menjadi fokus pada penelitian ini.
- b. Prediksi kenaikan nilai keputusan pembelian Durex Indonesia pada varian Durex *Invisible* yang dipengaruhi oleh *visual storytelling web series* #BerasaBeneran dapat ditemukan melalui persamaan regresi  $Y = 19.885 + 0,377X$  dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang berarti jika variabel X mengalami peningkatan, maka variabel Y juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.377.

## **5.2. SARAN**

### **5.2.1. SARAN AKADEMIS**

Dalam penelitian ini masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, sehingga penelitian berikutnya diharapkan dapat memberikan tambahan baik dari segi informasi maupun data yang belum ada dalam penelitian ini. Diharapkan penelitian berikutnya juga akan meneliti strategi *visual storytelling* yang lebih beragam lagi di masa yang akan datang sehingga dapat memberikan hasil dan penjelasan yang lebih lengkap. Selain hal tersebut, penelitian ini juga mengharapkan penelitian berikutnya bisa lebih mengembangkan dimensi, indikator, dan pernyataan yang lebih lengkap dan beragam daripada penelitian ini serta menemukan teori yang lebih mendukung penelitian dengan variabel yang sama dengan penelitian ini.

### **5.2.2. SARAN PRAKTIS**

Bagi pihak Durex Indonesia untuk meningkatkan kualitas penerapan strategi *visual storytelling* dalam berbagai macam *platform* yang terus bermunculan di ranah digital sesuai dengan mereknya. Baik untuk menghasilkan respon kognitif maupun afektif, pesan-pesan yang disampaikan harus mampu memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan atau keinginan tersendiri bagi para target konsumennya. Durex Indonesia juga perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap respon dari konsumen atas pesan dalam konten-konten yang disampaikan sehingga mampu menjadi masukan tersendiri bagi internal perusahaan. Serta faktor-faktor dari keputusan pembelian lainnya yang tidak dipaparkan melalui penelitian ini dapat digali lebih lagi dan dapat turut menjadi perhatian Durex Indonesia dalam perencanaan strategi *visual storytelling* kedepannya.