

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terdapat jawaban dari pertanyaan yang telah di rancang oleh penulis, yakni untuk mengetahui adakah pengaruh pesan informasional konten Instagram Pijak Bumi terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan, pesan informasional dalam *Generic Message Strategy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta strategi pesan informasional dalam *preemptive message strategy* terhadap *keputusan pembelian* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Secara simultan, *Generic Message Strategy* dan *Preemptive Message Strategy* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Selanjutnya untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua atau terakhir, yakni untuk mengetahui besarnya pengaruh strategi pesan informasional konten Instagram Pijak Bumi terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai R^2 sebesar 0.667. Hal ini dapat menjelaskan bahwa terdapat korelasi antar variabel yang tergolong kuat.



5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian ini strategi pesan informasional hanya diukur dalam variabel *Generic Message Strategy* dan *Preemptive Message Strategy*. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, dapat menambahkan variabel lain yang terdapat pada strategi pesan informasional seperti *brand identity*, dan *positioning* agar mendapatkan hasil yang lebih menyeluruh.

5.2.2 Saran Praktis

Diharapkan Pijak Bumi terus melanjutkan strategi pesan informasional untuk mengedukasi serta memberikan transparansi kepada audiens mengenai material produk dan gaya hidup *sustainable* pada media sosial Instagram. Selain itu, penulis berharap bahwa Pijak Bumi melebarkan sayapnya untuk memberikan informasi mengenai produk maupun nilai-nilai keberlanjutan melalui media sosial TikTok untuk mendapatkan *reach* dari target persona yang berbeda untuk bumi yang jauh lebih baik lagi.

