

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan media Instagram dan sikap konsumen terhadap minat beli produk pada *followers* Monokrom Store Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa terpaan media Instagram yang terdiri dari perhatian, penghayatan, frekuensi dan durasi penggunaan sosial media Instagram serta sikap konsumen yang terdiri dari komponen kognitif, afektif, dan konatif mengenai merek maupun kepercayaan konsumen akan produk dari Monokrom Store berpengaruh terhadap minat beli produk pada *followers* Monokrom Store Yogyakarta.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama yang telah dilakukan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,226 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  pada variabel terpaan media Instagram. Angka tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan antara terpaan media Instagram terhadap minat beli produk pada *followers* Monokrom Store Yogyakarta. Pada uji hipotesis yang kedua dapat diketahui bahwa koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,514 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  untuk variabel sikap konsumen. Angka tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap konsumen terhadap minat beli produk pada *followers* Monokrom Store

Yogyakarta, sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama dan kedua diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa terpaan media Instagram dan sikap konsumen secara parsial atau sendiri-sendiri memiliki pengaruh terhadap minat beli.

Pada uji hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara terpaan media Instagram dan sikap konsumen terhadap minat beli. Hal tersebut dibuktikan dengan melihat nilai F hitung sebesar  $93,863 > F$  tabel  $3,94$  dan bernilai positif dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Angka tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama antara terpaan media Instagram dan sikap konsumen terhadap minat beli produk pada *followers* Monokrom Store Yogyakarta sehingga hipotesis ketiga diterima.

Berdasarkan hasil kategorisasi data, tingkat terpaan media Instagram dari *followers* Monokrom Store Yogyakarta berada pada kategori sedang sebesar 68%. Tingkat sikap konsumen dari *followers* Monokrom Store Yogyakarta berada pada kategori sedang sebesar 64% dan tingkat minat beli dari *followers* Monokrom Store Yogyakarta berada pada kategori sedang sebesar 73%.

Dengan melihat hasil uji determinasi pada nilai *R Square* sebesar 0,659 dapat diketahui bahwa variabel minat beli dipengaruhi oleh terpaan media Instagram dan sikap konsumen sebesar 65,9%. Besar pengaruh dari terpaan media Instagram pada *followers* Monokrom Store sebesar 20,1%

dan besar pengaruh dari variabel sikap konsumen sebesar 45,8%. Sedangkan sisanya sebesar 34,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Pengguna Instagram dan *Followers* Monokrom Store

Diharapkan melalui penelitian ini para pengguna Instagram maupun *followers* dari Monokrom Store Yogyakarta dapat menyaring segala informasi yang didapatkan, dari media sosial Instagram dengan baik sehingga dapat menjadi referensi dalam memilih produk *fashion* melalui Instagram.

### 2. Bagi Monokrom Store Yogyakarta

Mengacu pada hasil penelitian ini bahwa terpaan media Instagram dan sikap konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sehingga diharapkan Monokrom Store tetap dapat menjalin hubungan yang baik dengan para *followers* melalui media sosial Instagram tersebut. Penting juga bagi Monokrom Store untuk dapat memperhatikan kebutuhan yang diinginkan para konsumen seperti

kepercayaan akan merek dan kualitas produk yang dijual sehingga nantinya dapat mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen itu sendiri dalam melakukan pembelian produk *fashion* di Monokrom Store Yogyakarta.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli. Objek yang diteliti dapat diganti dengan *followers* dari akun *fashion store* lain maupun dengan variabel yang berbeda. Bagi peneliti yang tertarik meneliti minat beli produk, dapat meneliti faktor lain yang mempengaruhi minat beli seperti bauran pemasaran yang terdiri dari produk, tempat, harga dan promosi.