

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Central Route* dan *Peripheral Route* dalam strategi komunikasi media sosial Instagram @svatuhari terbukti memiliki berperan dalam membentuk Minat Beli Tiket pementasan Teater SvatuHari, baik secara parsial maupun secara bersama-sama. H1 penelitian diterima, yang menyatakan bahwa secara parsial *Central Route* menghasilkan nilai t hitung $6,588 > 1,984$ dan Sig. $< 0,001$ dengan nilai koefisien regresi 0,609, sehingga menjadi pendorong utama yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli tiket. Temuan ini menegaskan bahwa *followers* @svatuhari merupakan audiens kritis yang sangat mempertimbangkan substansi pesan. Kejelasan narasi, kekuatan argumentasi pementasan, serta kebaruan informasi yang disajikan secara rasional dalam unggahan Instagram terbukti mampu membangun keyakinan kognitif yang kuat pada diri audiens untuk membeli tiket. H2 penelitian juga diterima, yang menyatakan bahwa *Peripheral Route* dengan t hitung $3,237 > 1,984$, Sig. $0,002 < 0,05$, dan koefisien regresi 0,295 membuktikan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli tiket. Elemen-elemen pendukung seperti daya tarik visual, respons afektif sederhana, kredibilitas figur pendukung, serta kemudahan aturan keputusan praktis berfungsi efektif sebagai pemicu awal yang mempercepat ketertarikan dan melengkapi pertimbangan audiens.

Penggabungan *Central Route* dan *Peripheral Route* secara simultan memberikan kontribusi sebesar 34,1% dalam menjelaskan variansi minat beli tiket pementasan Teater SvatuHari dengan F hitung $25,071 > 3,09$ dan Sig. $0,000 < 0,05$ yang membuktikan H3 diterima, sehingga menyatakan bahwa *Central Route* dan *Peripheral Route* secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli tiket pementasan Teater SvatuHari. Pemrosesan pesan melalui *central route* memiliki pengaruh yang relatif lebih dominan dibandingkan *peripheral route*. Hal ini memperlihatkan bahwa keberhasilan persuasi dalam mendorong keputusan pembelian tiket Teater SvatuHari sangat bergantung pada kedalaman substansi informasi yang ditopang oleh daya tarik visual dan penyampaian pesan yang tepat.

5.2 **Saran**

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah didapatkan, maka penelitian ini berusaha untuk memberikan saran kepada pihak-pihak terkait, yang di antaranya adalah:

5.2.1 **Saran Praktis**

1. Penelitian menyarankan kepada pihak Teater Svatuhari untuk tetap mengembangkan kualitas konten Instagram mereka untuk dapat lebih meningkatkan minat beli para pengikutnya di Instagram.
2. Penelitian menyarankan kepada pihak Teater Svatuhari untuk tetap dapat membuat konten Instagram yang lebih bersifat informatif, mengingat hasil dari penelitian ini mendapati bahwa para responden cenderung berpikir melalui jalur central.

5.2.2 **Saran Akademis**

1. Penelitian menyarankan kepada penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian terkait konten Instagram terhadap minat beli, dengan menggunakan metode yang berbeda atau dengan menggunakan teori yang berbeda.
2. Penelitian menyarankan kepada penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian lanjutan terkait keputusan pembelian dengan menggunakan metode yang sama.