

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis menguraikan kesimpulan yang berhubungan dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Informasi dari Humas PT. Kalbe Farma di Media Sosial *Instagram* terhadap Kepercayaan Konsumen” sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, nilai r square (yang merupakan nilai kuadrat nilai korelasi) yaitu $0,5806 = 58,1\%$. Maka $58,1\%$ kepercayaan konsumen (variabel Y) ditentukan oleh pengaruh kualitas informasi dari Humas PT. Kalbe Farma dan sisanya yaitu $41,9\%$ ditentukan oleh faktor lain di luar penelitian. Diketahui bahwa sumbangan efektif atau besar pengaruh dari dimensi bobot adalah $30,2\%$ dan valensi $27,9\%$. Maka penulis dapat mendeskripsikan bahwa besar pengaruh dari dimensi bobot cukup besar yaitu $30,2\%$.
2. Berdasarkan hasil uji regresi sederhana dapat disimpulkan bahwa variabel X memiliki nilai positif dan dapat diartikan jika semakin baik kualitas informasi Humas PT. Kalbe Farma melalui media sosial *Instagram* maka akan berpengaruh pada kepercayaan konsumen.
3. Berdasarkan hasil uji t, diketahui t hitung $11,580 > t$ tabel $1,663$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (besar pengaruh).

Berdasarkan data hasil penelitian yang penulis deskripsikan di atas, maka kualitas informasi Humas PT. Kalbe Farma melalui media sosial *Instagram* memiliki pengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Besar pengaruh dari kualitas informasi yaitu dimensi bobot memiliki nilai $30,2\%$ dan valensi $27,9\%$ yang memiliki total $58,1\%$. Jika semakin baik kualitas informasi Humas PT. Kalbe Farma melalui media sosial *Instagram* maka akan berpengaruh pada kepercayaan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh kualitas informasi Humas PT. Kalbe Farma melalui media sosial *Instagram* terhadap kepercayaan konsumen”, penulis mengajukan saran sebagai berikut :

1. Valensi informasi mengarah kepada hal yang mendukung atau menolak kepercayaan konsumen, maka PT. Kalbe Farma disarankan menyediakan informasi yang mendukung kepercayaan konsumen seperti data – data atau informasi yang akurat yang terpercaya.
2. Bobot informasi mengacu pada kredibilitas, maka PT. Kalbe Farma disarankan untuk menyediakan informasi yang bersumber kepada narasumber yang terpercaya.
3. Informasi yang berkualitas memiliki 3 syarat yaitu akurat, relevan, dan tepat pada waktunya. Maka PT. Kalbe Farma disarankan untuk menyediakan informasi yang jelas, dapat dipertanggungjawabkan, dan aktual.