

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti menguraikan kesimpulan serta memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian ini yang berjudul " Pengaruh *Social Media Content* Instagram @Byu.id Terhadap *Brand Image Provider* Digital By.U (Survei Pada *Followers* Akun Instagram @Byu.id)".

#### 5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui hasil sebesar 34,3% sehingga variabel X yaitu *Social Media Content* Instagram @Byu.id memberikan pengaruh yang cukup berarti terhadap variabel Y yaitu *Brand Image Provider* Digital By.U. Sedangkan, terdapat faktor lain yang tidak diteliti ataupun tidak menjadi fokus dalam penelitian ini sebesar 65,7%.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis uji t, diketahui bahwa hasil t hitung  $7,135 > t$  tabel 1,660 disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari *Social Media Content* Instagram @Byu.Id Terhadap *Brand Image Provider* Digital By.U.
3. Adanya korelasi pengaruh *Social Media Content* Instagram @Byu.Id Terhadap *Brand Image Provider* Digital By.U juga menjawab asumsi dari Teori *Cognitive Response* yang menjadi landasan penelitian bahwa seseorang akan menghasilkan respon – respon kognitif saat diberikan suatu pesan persuasif, yang pada akhirnya respon tersebut akan mempengaruhi brand image Provider Digital By.U dengan adanya korelasi yang cukup berarti.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh *Social Media Content* Instagram @Byu.id Terhadap *Brand Image Provider* Digital By.U yang tercantum dalam kesimpulan, maka peneliti memberikan saran berupa:

##### 5.2.1. Saran Teoritis

Penelitian ini hanya meneliti pengaruh *Social Media Content* yang dapat mempengaruhi *Brand Image*, diharapkan kepada penelitian selanjutnya dapat mengkaji

lebih lanjut dengan menggunakan objek-objek maupun variabel lain seperti *brand awareness*, *brand identity*, dan lain sebagainya. Selain itu penelitian ini dilakukan hanya kepada followers daripada akun Instagram @byu.id, maka diharapkan penelitian selanjutnya lebih memperbesar populasi sehingga menambah jumlah sampel. Selain itu, media sosial dalam penelitian ini hanya mencakup Instagram, maka diharapkan pada penelitian selanjutnya bisa meneliti konten media sosial pada *platform* yang lainnya seperti Twitter, Tiktok, maupun Youtube.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, diharapkan Perusahaan By.U dalam penggunaan media sosial akun Instagram @byu.id bisa lebih optimal agar *brand image* daripada Provider Digital By.U pun bisa meningkat dan menjadi lebih positif. Selain itu diharapkan Perusahaan By.U mulai aktif mengunggah kontennya di berbagai sosial media selain Instagram seperti Twitter, Youtube ataupun Tiktok untuk memperluas jangkauan audiensnya agar pesan yang ingin disampaikan Perusahaan akan terpapar lebih luas.