

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data yang sudah dilakukan penulis selama eksperimen *Virtual Brand Following* serta pembahasan mengenai signifikansi perubahan nilai variabel Citra Merek, Minat Beli Konsumen, dan *Net Promoter Score* (NPS) antara *Pre-test Measurement* dan *Post-test Measurement* maka dapat dibentuk beberapa kesimpulan berikut ini :

1. Terdapat perbedaan penilaian variabel Citra Merek, Minat Beli, dan *Net Promoter Score* oleh kelompok sampel *New Follower* yang melakukan *Brand Following* terhadap Erigo
2. Terdapat perbedaan peningkatan positif secara signifikan terhadap kelompok sampel yang diberikan perlakuan eksperimen *virtual brand following* ke seluruh variabel penelitian yaitu Citra Merek, Minat Beli, dan *Net Promoter Score*.
3. Tingkat motivasi konsumen kelompok sampel *New Follower* mengalami perbedaan skor positif *grand mean* sebesar 54% setelah diberikan perlakuan eksperimen *virtual brand following*.

B. Saran

Berdasarkan keterbatasan waktu dan sumber daya agar penelitian selanjutnya dapat berjalan lebih baik dan dapat menghasilkan data yang lebih akurat, terdapat

beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami lebih jauh mengenai topik ini. Saran – saran tersebut adalah :

1. Dikarenakan keterbatasan waktu dan sumber daya oleh peneliti, jumlah sampel subjek penelitian selanjutnya sebaiknya ditambah agar dapat menghasilkan representasi data yang lebih akurat.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya juga mendiversifikasi target demografi populasi diluar kalangan mahasiswa, agar dapat mengungkapkan efektifitas Instagram sebagai salah satu cara perusahaan melakukan kegiatan pemasaran disegala jenis demografi.
3. Penelitian selanjutnya juga dapat mengeksplorasi variabel – variabel lain seperti keputusan pembelian, loyalitas pelanggan, dan variabel lainnya.
4. Penelitian selanjutnya juga dapat lebih mendalami sebab – akibat mengapa sebuah variabel dapat mengalami perubahan positif melalui analisis regresi maupun analisis *path* antar variabel dampak/terikat eksperimen.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dihadapi oleh berbagai keterbatasan dari segi waktu, materi, dan sumber daya. Keterbatasan – keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini tidak mengeksplorasi lebih jauh faktor hal individual yang menyebabkan kenaikan skor penilaian dari subjek penelitian. Sehingga

penelitian ini masih tidak menjawab faktor – faktor khusus individual penyebab kenaikan penilaian variabel penelitian.

2. Penelitian ini hanya mengambil subjek dari demografi mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang saja. Sehingga hasil penelitian mungkin hanya dapat digeneralisir dan direplikasikan hasilnya kepada demografi yang serupa.