

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Visual Storytelling dan Kepercayaan Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Minat beli, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Visual Storytelling* yang diukur menggunakan empat indikator yaitu *relevancy, sharing, purchasing, interaction*. Indikator *interaction* memperoleh skor tertinggi dengan kategori baik. Dan persentase terendah terdapat pada *purchasing* dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk permasalahan mengenai *visual storytelling* pada konsumen Dermies adalah *purchasing* karena terdapat beberapa konsumen yang belum tertarik untuk membeli produk / tretament Dermies.. Secara keseluruhan *visual storytelling* yang ditunjukkan oleh konsumen Dermies di Kota Bandung termasuk ke dalam kategori baik.
2. Kepercayaan merek yang diukur menggunakan empat indikator, yaitu *peer support, brand competence, company integrity, brand experience*.

Indikator *peer support* memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada *company integrity* dengan kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk permasalahan mengenai kepercayaan merek pada konsumen Dermies adalah *company integrity*. Secara keseluruhan kepercayaan merek berada pada kategori cukup baik.

3. Minat beli yang diukur dengan empat indikator, yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif. Indikator minat transaksional memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik dan persentase terendah terdapat pada indikator minat eksploratif dengan kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk permasalahan minat beli konsumen Dermies adalah minat eksploratif. Secara keseluruhan minat beli pada konsumen Dermies berada pada kategori cukup baik.
4. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara *Visual Storytelling* dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli, hal ini ditunjukkan oleh hipotesis yang dinyatakan dengan adanya pengaruh yang positif antara *Visual Storytelling* dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli pada konsumen Dermies di Kota Bandung secara parsial. Untuk simultan, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Visual Storytelling* dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli pada konsumen Dermies di Kota Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis bermaksud mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Dermies di Kota Bandung

1. Berdasarkan indikator terendah pada variabel *Visual Storytelling* yaitu *purchasing*, maka saran penulis untuk Dermies dengan cara meningkatkan riset mengenai selera dan tren anak muda zaman sekarang. Memberikan pengetahuan dan informasi yang *up to date*, sehingga konsumen mendapatkan informasi terkini seputar Dermies dan tertarik untuk membelinya. Serta meningkatkan daya tarik melalui visual dengan membuat video dengan konten yang sedang hits ataupun editing video yang menarik.
2. Berdasarkan indikator terendah pada variabel Kepercayaan Merek yaitu *Company integrity* maka saran penulis untuk Dermies dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan ramah, mampu menjawab apa yang menjadi kebutuhan konsumen, serta dapat memberikan solusi kepada konsumen. Mengembangkan produk dengan selalu melakukan riset penelitian agar produk bisa bersaing dengan pesaing lainnya, dan

potongan harga atau harga khusus kepada konsumen yang berhasil merekomendasikan produk kepada teman ataupun keluarganya.

3. Berdasarkan indikator terendah pada variabel Minat Beli yaitu minat eksploratif maka saran penulis untuk Dermies dengan cara memberikan bonus kepada konsumen yang merekomendasikan produk kepada saudara ataupun teman. Menawarkan produk lainnya selain produk utama sehingga konsumen dapat mengetahui varian produk-produk yang dijual. Memberikan bonus kepada konsumen yang merekomendasikan produk kepada saudara ataupun teman. Meningkatkan kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk yang bagus serta meningkatkan pelayanan yang baik kepada konsumen.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya tidak terpaku hanya pada faktor-faktor dalam penelitian ini, namun dapat menambah faktor lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi minat beli seperti halnya kualitas produk, citra merek, kualitas pelayanan, harga, promosi, dan lain sebagainya. Selain itu agar hasil penelitian ini dapat digunakan secara luas, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan subjek penelitian tidak hanya terpaku pada Dermies di Kota Bandung, namun dapat menggunakan subjek penelitian lainnya seperti halnya distro atau perusahaan lain pada umumnya

