

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Peneliti melaksanakan penelitian dengan judul Pengaruh Selebgram *Endorser* (Variabel X) *Online Shop* di Instagram Terhadap Citra Perusahaan (Variabel Y) Vanilla Hijab semenjak bulan Januari 2019 sampai dengan bulan Mei 2019. Peneliti menggunakan metode kuantitatif sebab peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Variabel X dengan Variabel Y.

Berdasarkan jumlah *followers* Instagram Vanilla Hijab hingga 15 Maret 2019 sebanyak 1.100.000 *followers*, peneliti menggunakan rumus slovin sebesar 10% untuk menentukan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Peneliti menggunakan teknik *Probability Sampling* jenis *Proportional Stratified Random Sampling* dengan memperhatikan tingkatan kelompok yang ada di dalam populasi yang sudah diketahui jumlahnya. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap tidak homogen dan berstrata secara proporsional, serta peneliti menggunakan teknik skala pengukuran ordinal atau skala likert karena peneliti akan mengurutkan sejumlah pernyataan pada kuesioner dengan jawaban yang memberikan urutan jenjang tertinggi sampai terendah menurut atribut tertentu.

Pada Variabel X peneliti menggunakan teori kredibilitas sumber dengan jumlah 13 butir pernyataan yang valid untuk mempengaruhi citra perusahaan. Percy & Rositter (1997:293) menjelaskan bahwa aspek-aspek kredibilitas komunikator biasa dikenal dengan istilah VISCAP yang terdiri dari *Visibility* (keterlihatan), *Credibility* (kredibilitas), *Attractiveness* (daya tarik), dan *Power* (kekuatan).

Pada Variabel Y peneliti menggunakan Chiu dan Hsu (2010:191) yang membagi citra perusahaan menjadi tiga bagian utama yang penting bagi konsumen, yaitu Citra Institusi, Citra Fungsional, dan Citra Komoditas. Terdapat 15 butir pernyataan yang valid yang digunakan sehingga dapat mengetahui pengaruh selebgram *endorse* terhadap citra perusahaan.

Dari hasil uji hipotesis diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,487 atau sama dengan 48,7%. Dapat disimpulkan bahwa angka tersebut

berarti variabel selebgram *endorser* (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel citra perusahaan (Y) sebesar 48,7%. Sedangkan sisanya (100% - 48,7% = 51,3%) dipengaruhi oleh variabel lain atau variabel yang tidak diteliti.

Dari hasil jumlah 28 pernyataan kuesioner, didapat bahwa variabel selebgram *endorser* yang paling banyak mendapatkan respon sangat setuju adalah selebgram yang penyampaian pesannya jelas serta mampu mempengaruhi opini dan perilaku audiensnya, selebgram yang menginspirasi, berkualitas, memiliki pengalaman dan keahlian dalam bidang yang sesuai dengan produk, serta penampilan fisik yang menarik. Lalu pada variabel citra perusahaan yang paling banyak mendapatkan respon sangat setuju adalah variabel perusahaan yang harga produknya terjangkau dengan kualitas yang bagus, memiliki ciri khas dan unik, pelayanan yang *fast response* dan ramah, sering mengadakan promo atau *giveaway*, proses pengiriman cepat, penggunaan label sebagai identitas serta pembawaan selebgram dalam produk dikatakan mampu meningkatkan citra perusahaan Vanilla Hijab.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, saran yang dapat peneliti berikan ialah sebaiknya Vanilla Hijab juga menggiatkan strategi promosi lain, tidak hanya terfokus dengan selebgram. Karena dapat dilihat bahwa pengaruh yang dihasilkan hanya sebesar 48,7 % dan sisanya 51,3% masih banyak variabel lain dapat mempengaruhi dan semakin banyak strategi promosi yang digunakan diharapkan mampu menaikkan citra perusahaan Vanilla Hijab. Variabel lainnya ini dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya agar penelitian ini tetap berlanjut dari sudut pandang yang berbeda.

Variabel lainnya yang dapat saya berikan yang dapat mempengaruhi citra perusahaan seperti promosi menggunakan media lain yaitu *e-commerce* dan *website*. Selain itu, mengadakan diskon atau potongan harga mingguan / bulanan, penawaran eksklusif bagi *customer* yang membeli dengan nominal tertentu, promo gratis biaya ongkos kirim juga menjadi daya tarik bagi para *customer* agar membeli produk Vanilla. Hal-hal tersebut dapat dijadikan masukan bagi Vanilla Hijab.