

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari informasi *review smartphone* di media sosial *youtube* terhadap minat beli konsumen dengan menggunakan teori *cognitive response*. Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada hasil uji regresi disimpulkan bahwa koefisien regresi bernilai positif (+) sehingga pengaruh informasi *review smartphone* terhadap minat beli konsumen dikatakan positif.
2. Pada hasil uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh informasi *review smartphone* terhadap minat beli konsumen. Hasil yang diperoleh dari hasil uji koefisien determinasi sebesar 56,9%. Maka dapat disimpulkan bahwa 56,9% minat beli konsumen (Y) ditentukan oleh informasi *review smartphone* (X). Sisanya yang berjumlah 43,1% ditentukan oleh faktor yang tidak diteliti.
3. Uji T mampu menjawab hipotesis yang hasil perhitungannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh informasi *review smartphone* terhadap minat beli konsumen.
4. Hasil setiap butir pernyataan pada kuesioner yang diberikan kepada responden didapatkan jawaban yang bervariasi namun seluruhnya mengarah pada hasil yang positif. Hasil positif tersebut didapatkan karena responden menganggap bahwa mereka merasa *channel GadgetIn* dapat dipercaya sebagai *reviewer*, memiliki citra yang baik, memiliki kredibilitas dan integritas yang baik, konten *review* nya dikemas dengan kreatif dan unik, dan memiliki kualitas gambar, video, dan audio yang baik. Hal – hal tersebut mampu mempengaruhi serta membentuk sebuah sikap dan kecenderungan untuk bertindak terhadap minat beli konsumen. Maka dapat dikatakan hasil penelitian ini sejalan dengan *teori cognitive response*.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Informasi *Review Smartphone* di Media Sosial *Youtube* Terhadap Minat Beli Konsumen” (Survei Pada *Subscribers Channel Youtube GadgetIn*) terdapat beberapa saran yang peneliti berikan sebagai berikut :

1. Kepada peneliti selanjutnya, peneliti merekomendasikan untuk meneliti faktor lain yang belum diteliti seperti faktor loyalitas, kepercayaan, dan faktor lain yang masih bisa dianggap relevan terhadap penelitian. Selain itu pada bagian kuesioner bagian identitas responden dapat lebih detail menanyakan tingkat ekonomi dan tingkat pendidikan supaya lebih jelas demografi masyarakat yang menjadi responden.
2. Kepada masyarakat, untuk lebih memilih lagi dalam memilih informasi yang ada di media sosial khususnya *youtube* karena banyak konten kreator yang memberikan informasi yang salah tidak sesuai fakta yang ada.
3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pembelajaran untuk *brand* untuk memasarkan produknya lewat *creator* yang tepat sehingga terjadi pembelian produk terhadap barang yang diiklankan.
4. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pembelajaran untuk *youtuber* atau *creator* dengan adanya pengaruh yang positif dari informasi *review smartphone* di *youtube* terhadap minat beli konsumen, maka dari pengaruh positif tersebut dapat ditingkatkan dan dapat membuat inovasi yang lain sehingga selalu berkembang.