

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dan melihat sejauh mana pengaruh kredibilitas *YouTuber* Raditya Dika dalam minat investasi di pasar modal pada generasi Z. Berdasarkan hasil penelitian dari “Pengaruh Kredibilitas *YouTuber* Raditya Dika Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal” melalui kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden generasi Z pengikut akun YouTube Raditya Dika dan mengetahui konten Raditya Dika seputar investasi, peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat besaran pengaruh kredibilitas *YouTuber* Raditya Dika terhadap minat generasi Z berinvestasi di pasar modal. Besaran pengaruh yang terjadi cukup signifikan, yaitu sebesar 60% yang didapatkan melalui uji koefisien determinasi. Sedangkan, 40% lainnya dipengaruhi oleh variabel atau faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Terdapat hubungan yang sangat kuat antara kredibilitas *YouTuber* Raditya Dika dengan minat generasi Z berinvestasi di pasar modal. Hubungan tersebut bernilai positif yang memiliki arti bahwa semakin tinggi nilai kredibilitas *YouTuber* Raditya Dika, maka akan semakin meningkat pula pengaruhnya terhadap minat generasi Z berinvestasi di pasar modal. Aspek kredibilitas tertinggi yang dimiliki Raditya Dika adalah reputasi, kemampuan *public speaking*, dan pembawaannya yang menarik.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh kredibilitas *YouTuber* Raditya Dika terhadap minat generasi Z berinvestasi di pasar modal, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

### 5.2.1. Saran Teoritis

1. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 40% dari minat generasi Z berinvestasi di pasar modal yang dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat membahas atau mengkaji lebih dalam variabel atau faktor lainnya yang memengaruhi minat generasi Z berinvestasi di pasar modal. Disarankan dalam penelitian selanjutnya dapat mengkaji dari sisi pengaruh *fear of missing out* (FOMO).
2. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian lainnya dengan tema serupa, yaitu kredibilitas sumber, komunikasi persuasi, minat berinvestasi, dan teori kredibilitas sumber.
3. Karakteristik responden pada penelitian ini masih kurang beragam didominasi pada usia 24 – 19 tahun. Diharapkan pada penelitian selanjutnya mendapatkan responden generasi Z dengan usia 25 tahun ke atas dengan kemungkinan telah melakukan investasi di pasar modal sehingga bisa memiliki persepektif yang berbeda.

### 5.2.2. Saran Praktis:

1. Diharapkan para *YouTuber* atau *content creator* dapat meniru Raditya Dika dalam memperhatikan kredibilitas dirinya sebagai sumber informasi, sehingga dapat memberikan pengaruh dalam bentuk pemahaman, produk, atau opini dengan baik kepada khalayak meskipun dengan pembawaan yang ringan.
2. Terdapat besaran setuju 49% dan sangat setuju 14% dari jumlah responden yang melakukan investasi di pasar modal. Jika dilihat bahwa melakukan investasi diperlukan pertimbangan dan persiapan yang cukup matang, maka seorang *YouTuber* memiliki pengaruh yang sangat besar bagi khalayaknya. Sehingga diharapkan kepada para *YouTuber* atau *content creator* dapat memanfaatkan hal ini sebaik dan sebijaksana mungkin.

3. Bagi generasi Z diharapkan untuk dapat lebih kritis dan memerhatikan sumber informasi yang dikonsumsi agar tidak langsung terpengaruh opini atau persuasi yang disampaikan oleh komunikator, namun diharapkan dapat diolah dan dipahami terlebih dahulu setiap informasi yang didapatkan.