

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang berjudul Pengaruh Iklan Aplikasi Bibit Versi “Investasi Tanpa Perlu Pengalaman” Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial, dapat diambil beberapa kesimpulan yang menjawab tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut :

1. Menjawab tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh dari Iklan Bibit “Investasi Tanpa Perlu Pengalaman” Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial dan Seberapa Besar Pengaruh dari Iklan Bibit “Investasi Tanpa Perlu Pengalaman” Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa Hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima karena nilai dari signifikansi adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh dari Iklan Bibit “Investasi Tanpa Perlu Pengalaman” Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial.
2. Berdasarkan hasil uji nilai R square atau koefisien determinasi menghasilkan angka 0,434 yang berarti besar pengaruh dari Iklan Aplikasi Bibit “Investasi Tanpa Perlu Pengalaman” Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial adalah sebesar 43,4% yang dipengaruhi oleh dimensi *Emotionality* dan *Storytelling* serta sebanyak 56,6% dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di paparkan dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang di dapatkan dari penelitian ini :

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini berfokus pada iklan aplikasi Bibit “Investasi Tanpa Perlu Pengalaman” terhadap minat investasi Generasi Milenial yang telah memiliki hasil yang cukup signifikan. Terdapat beberapa saran akademis yang dapat di sampaikan bagi peneliti selanjutnya, di sarankan untuk penelitian berikutnya dapat melakukan penelitian lebih dalam mengenai seberapa besar pengaruh dari iklan suatu produk terhadap minat beli ataupun proses pembuatan keputusan pembelian masyarakat.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa iklan aplikasi Bibit “Investasi Tanpa Perlu Pengalaman” memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap minat investasi Generasi Milenial. Hal ini tentunya dapat digunakan oleh pihak Bibit sebagai acuan untuk terus melakukan promosi melalui berbagai cara, tidak hanya di Youtube dan *social media*, di sarankan untuk Bibit dapat melakukan promosi dengan melakukan presentasi singkat kepada karyawan di perusahaan-perusahaan yang dirasa memiliki karyawan yang cocok dengan kriteria *target market* Bibit. Setelah itu Bibit dapat memberikan informasi mengenai penting dan keuntungan dari investasi kepada para karyawan, serta memberikan sistem *auto debet* dari gaji para karyawan setiap bulan dan memberikan *discount* setiap *top up* sebagai *benefit* dari Bibit untuk perusahaan tersebut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A