



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui pengaruh penggunaan *influencer* dalam meningkatkan minat beli pelanggan *Go-Food* Indonesia serta mengetahui besarnya pengaruh yang diberikan. Melalui hasil riset yang dilakukan diperoleh adanya pengaruh penggunaan *influencer* Nex Carlos dalam meningkatkan minat beli pelanggan *Go-Food* Indonesia telah disebarkan kuisioner kepada 277 sampel merupakan generasi milenial rentang usia 16-29 tahun merupakan pengguna aplikasi *Go-Food* Indonesia dan *subscribers Youtube* Nex Carlos.

Variabel penggunaan *influencer* Nex Carlos berpengaruh signifikan terhadap peningkatan minat beli pelanggan *Go-Food* Indonesia, hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis (Uji t) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 11.283 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,968. Nilai signifikansinya (Sig.) adalah  $0,000 < 0,05$ . Sehingga hipotesis diterima yang artinya variabel penggunaan *influencer* Nex Carlos berpengaruh minat beli pelanggan *Go-food* (H1 diterima).

Diketahui bahwa kontribusi nilai korelasi atau pengaruh penggunaan *influencer* Nex Carlos terhadap minat beli pelanggan *Go-food* adalah sebesar 31,6%. Kemudian sisanya sebesar 68,4% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

#### 5.2. Saran

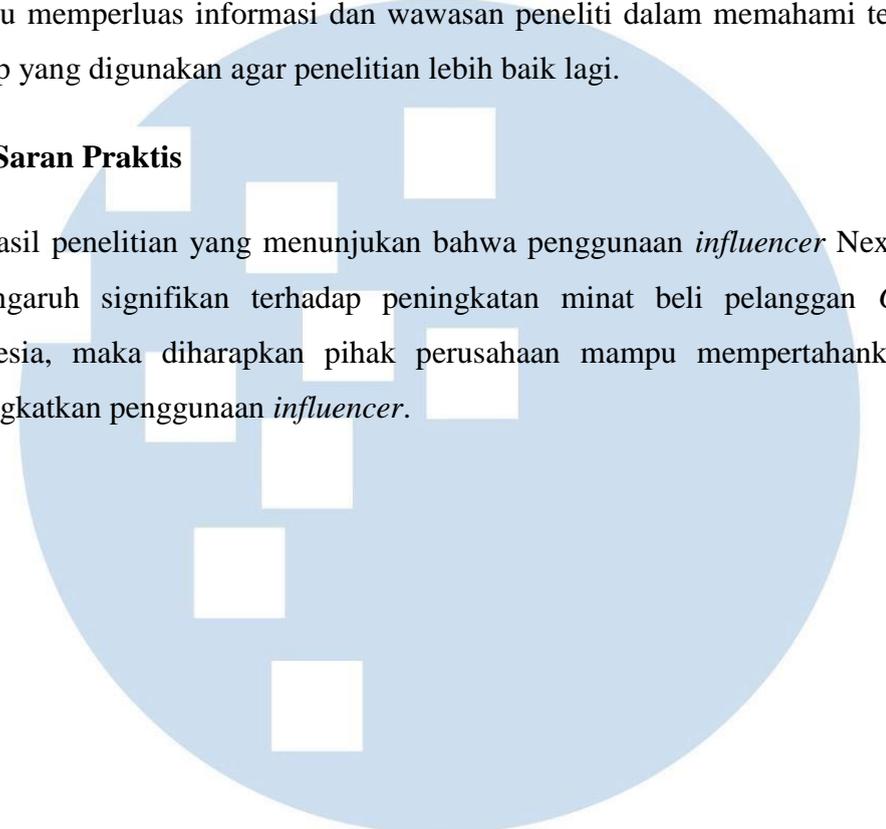
##### 5.2.1. Saran Akademis

Dari hasil uji Determinasi ( $R^2$ ) besarnya pengaruh penggunaan *influencer* Nex Carlos dalam meningkatkan minat beli pelanggan *Go-food* Indonesia diperoleh nilai R Square adalah 31,6% dalam kategori rendah. Hasil peneliti melihat penelitian ini tidak sempurna sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambah variabel lain karena 68,4% disebabkan oleh faktor lain yang tidak

dijelaskan dalam penelitian ini. Selain itu diharapkan untuk penelitian selanjutnya mampu memperluas informasi dan wawasan peneliti dalam memahami teori dan konsep yang digunakan agar penelitian lebih baik lagi.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan *influencer* Nex Carlos berpengaruh signifikan terhadap peningkatan minat beli pelanggan *Go-food* Indonesia, maka diharapkan pihak perusahaan mampu mempertahankan dan meningkatkan penggunaan *influencer*.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized globe with a grid of white squares and the letters 'UMMN' in a bold, rounded font.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA