

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar pengaruh konten Youtube Raditya Dika “Gini Lho Cara Beli Reksadana” terhadap minat menggunakan aplikasi Bibit pada generasi Z. Terdapat kesimpulan poin-poin yang didapat pada penelitian ini:

1. Terdapat pengaruh antara konten Youtube Raditya Dika “Gini Lho Cara Beli Reksadana” terhadap minat menggunakan aplikasi Bibit pada generasi Z. Variabel konten Youtube (X) memiliki pengaruh sebesar 53,2% terhadap variabel minat beli (Y) dan 46,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini.
2. Pada variabel konten Youtube, dimensi dengan indikator terbesar yaitu *Clear* (X1) dengan rata-rata (*mean*) 3,47. Maka dapat disimpulkan konten Youtube Raditya Dika “Gini Lho Cara Beli Reksadana” memberikan informasi investasi reksadana secara jelas dapat mendorong minat konsumen.
3. Berdasarkan hasil uji korelasi, terdapat hubungan tinggi antar variabel konten Youtube pada minat beli dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,729.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperdalam atau mengembangkan 46,8% pengaruh konten media sosial yang belum dibahas dalam penelitian ini seperti dapat menambah variabel penelitian atau mengganti variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen yakni dapat menggunakan variabel *influencer marketing* atau *social media marketing* sebagai acuan penelitian selanjutnya.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat saran yang dapat dijadikan bahan evaluasi atau pertimbangan oleh PT Tumbuh Bibit Bersama dalam pembuatan konten yang dilakukan, yakni dapat membuat konten yang ringkas seperti memanfaatkan video singkat lewat Instagram dan Tiktok, mengingat konsumen lebih menyukai informasi yang ringkas namun jelas dan spesifik.

