

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh Promosi Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen Di Instagram, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel promosi influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada followers evi_sobari. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-hitung sebesar 10,705 sedangkan pada nilai t-tabel didapat dari tabel distribusi t dicari nilai signifikansi 5% atau $0,05/2 = 0,25$ atau 2,5 % menggunakan uji t dua arah dengan derajat kebebasan 98 maka di dapat nilai t-tabel sebesar 1,6605. Maka karena nilai t-hitung $>$ t-tabel = $10,705 > 1,6605$ dengan taraf signifikansi $0,021 < 0,05$
2. Berdasarkan hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara promosi influencer terhadap minat beli konsumen di instagram yang berada dalam korelasi Cukup, hal ini dibuktikan dengan melalui pengujian R square yang di dapatkan dari hasil uji determinasi sebesar 0,629 atau

62,9 % dan sisanya 37,1% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi ,Selebgram endorser evi_sobari hendaknya tetap mempertahankan dan meningkatkan attractiveness (daya tarik) dan expertise (keahlian) karena terbukti mempengaruhi minat beli dan bagi selebgram endorser yang mempromosikan produk/jasa hendaknya berlaku jujur (tidak ada unsur kebohongan dalam penyampaian suatu produk atau jasa yang di promosikan) sehingga konsumen nantinya tidak merasa dirugikan.
2. Bagi perusahaan atau UMKM menggunakan jasa review seperti influencer diharapkan mampu menambah pendapatan perusahaan, dan juga dengan menggunakan jasa influencer sebuah produk atau jasa akan mudah diketahui konsumen, dan juga akan menambah sasaran penjualan akan meluas serta menambah percaya diri.
3. Bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan penelitian ini sebagai perbandingan dengan strategi lain dalam meningkatkan penjualan. Dengan adanya penelitian seperti ini diharapkan dapat membantu para perusahaan dan UMKM untuk lebih menarik lagi minat beli pada calon konsumen lainnya.