

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan perumusan masalah, sebagai berikut:

1. *Review product* berpengaruh positif secara langsung terhadap minat beli gadget. Hal tersebut memiliki arti apabila semakin tinggi intensitas *review product*, maka minat beli gadget akan semakin meningkat. Begitu pula dengan sebaliknya, apa bila intensitas *review product* semakin rendah, maka minat beli gadget juga akan menurun. Hal ini berarti adanya *review product* dengan intensitas yang stabil, minat beli gadget akan tercipta dengan sendirinya.
2. *Review product* di channel Youtube “Gadgetin” dirasa sudah tepat untuk memenuhi salah satu kebutuhan khalayak yaitu minat beli gadget, dimana dalam channel Youtube tersebut khalayak tidak hanya mendapatkan informasi seputar produk gadget melainkan khalayak juga bisa mendapatkan rekomendasi serta nilai positif dan negatif dari sebuah produk atau merek yang bisa menentukan pembelian sesuai preferensi para audiens.
3. Pengaruh *Review Product* terhadap Minat Beli memiliki pengaruh yang signifikan karena mendapat signifikansi hitung ($<0,001$) $<$ sig riset (0,05). Pengaruh *Review Product* dapat diperkuat dengan uji yang dilakukan yaitu uji hipotesis F dan T yang mana hasil dari kedua uji tersebut menghasilkan nilai signifikansi hitung sebesar ($<0,001$) $<$ sig riset (0,05) yang artinya H_0 ditolak

dan H1 diterima, dengan demikian hasil analisis tersebut menjawab rumusan masalah pada penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, adapun saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Saran Praktis

Untuk channel Youtube “Gadgetin” dengan adanya penelitian pengaruh *review product* di channel “Gadgetin” terhadap minat beli yang menunjukkan hasil yang positif dan signifikan, diharapkan agar channel “Gadgetin” dapat meningkatkan terus kinerja baiknya saat ini dengan memberikan informasi yang akurat dan menjaga kredibilitas channel tersebut agar tetap terjaga. Dengan meningkatkan kualitas dan kredibilitas maka channel tersebut akan selalu konsisten dan dapat meningkatkan minat beli gadget.

2. Saran Akademis

Disarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai fenomena yang sama agar dapat meneliti faktor lainnya, seperti faktor *brand image*, dan faktor *influence*.