

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh *Digital Marketing*, *Influencer* dan Minat Beli pada Showroom Mobil CV Trisakti Motor Surabaya , maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Digital marketing* memiliki kontribusi terhadap minat beli pada Showroom Mobil CV Trisakti Motor Surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan variabel *digital marketing* berpengaruh terhadap minat beli pada Showroom Mobil CV Trisakti Motor Surabaya.
- b. *Influencer* memiliki kontribusi terhadap minat beli pada Showroom Mobil CV Trisakti Motor Surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan variabel *influencer* berpengaruh terhadap minat beli pada Showroom Mobil CV Trisakti Motor Surabaya.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan untuk di waktu yang akan datang. Beberapa saran antara lain sebagai berikut:

- a. Diharapkan CV Trisakti Motor Surabaya dapat meninjau kembali *digital marketing* pada interaktivitas yang sudah baik, sehingga minat beli pada Showroom Mobil CV Trisakti Motor Surabaya dapat ditingkatkan.
- b. Diharapkan CV Trisakti Motor Surabaya dapat meninjau kembali *influencer* pada *expertise* yang sudah baik, sehingga minat beli pada Showroom Mobil CV Trisakti Motor Surabaya dapat ditingkatkan.

- c. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden dan mendalami dan mencari referensi jurnal penelitian lain terkait variabel *digital marketing* dan *influencer* ataupun variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap minat beli agar mencapai hasil yang lebih baik.