

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dari pembahasan mengenai Pengaruh Daya Tarik *Brand Ambassador* Terhadap Minat Berlangganan Aplikasi Ruangguru, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara faktor Kesamaan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Berlangganan Aplikasi Ruangguru. Hasil analisis menunjukkan bahwa Daya Tarik *Brand Ambassador* dengan tingkat Kesamaan antara siswa/i SMA dengan *Brand Ambassador* TREASURE dapat mempengaruhi dan meningkatkan Minat Berlangganan Aplikasi Ruangguru.
2. Terdapat pengaruh antara faktor Kesukaan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Berlangganan Aplikasi Ruangguru. Hasil analisis menunjukkan bahwa Daya Tarik *Brand Ambassador* dengan tingkat Kesukaan antara siswa/i SMA dengan *Brand Ambassador* TREASURE dapat mempengaruhi dan meningkatkan Minat Berlangganan Aplikasi Ruangguru.
3. Terdapat pengaruh antara faktor Keakraban *Brand Ambassador* Terhadap Minat Berlangganan Aplikasi Ruangguru. Hasil analisis menunjukkan bahwa Daya Tarik *Brand Ambassador* dengan tingkat Keakraban siswa/i SMA dengan *Brand Ambassador* TREASURE dapat mempengaruhi dan meningkatkan Minat Berlangganan Aplikasi Ruangguru.

4. Terdapat pengaruh antara faktor Daya Tarik *Brand Ambassador* Terhadap Perhatian Aplikasi Ruangguru. Hasil analisis menunjukkan bahwa Daya Tarik *Brand Ambassador* dengan tingkat Perhatian siswa/i SMA dapat mempengaruhi dan meningkatkan Minat Berlangganan pada aplikasi Ruangguru.
5. Terdapat pengaruh antara faktor Daya Tarik *Brand Ambassador* Terhadap Ketertarikan Aplikasi Ruangguru. Hasil analisis menunjukkan bahwa Daya Tarik *Brand Ambassador* dengan tingkat Ketertarikan siswa/i SMA dapat mempengaruhi dan meningkatkan Minat Berlangganan pada aplikasi Ruangguru.
6. Terdapat pengaruh antara faktor Daya Tarik *Brand Ambassador* Terhadap Keinginan Aplikasi Ruangguru. Hasil analisis menunjukkan bahwa Daya Tarik *Brand Ambassador* dengan tingkat Keinginan siswa/i SMA dapat mempengaruhi dan meningkatkan Minat Berlangganan pada aplikasi Ruangguru.
7. Terdapat pengaruh antara faktor Daya Tarik *Brand Ambassador* Terhadap Tindakan Aplikasi Ruangguru. Hasil analisis menunjukkan bahwa Daya Tarik *Brand Ambassador* dengan tingkat Tindakan siswa/i SMA dapat mempengaruhi dan meningkatkan Minat Berlangganan pada aplikasi Ruangguru.
8. Terdapat pengaruh antara faktor Daya Tarik *Brand Ambassador* Terhadap Minat Berlangganan Aplikasi Ruangguru. Hasil analisis menunjukkan bahwa Daya Tarik *Brand Ambassador* dengan tingkat

Minat Berlangganan pada siswa/i SMA dapat mempengaruhi dan meningkatkan Minat untuk berlangganan pada aplikasi Ruangguru.

5.2 Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis berharap kepada penelitian selanjutnya lebih menyempurnakan hasil penelitian sebelumnya dan tentunya pada penelitian yang sudah ada dengan harapan supaya penelitian yang didapatkan hasil yang lebih baik yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan periode penelitian yang lebih panjang dengan tujuan memperoleh hasil yang lebih baik.
2. Dalam memperoleh data penelitian diharapkan tidak hanya dilakukan melalui penyebaran kuesioner saja, tetapi memperoleh data secara langsung berupa wawancara kepada responden agar peneliti memperoleh data yang lebih nyata dan lebih menggambarkan keadaan sebenarnya.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian menambahkan variabel lainnya dalam melakukan pengujian.