

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pengolahan data penelitian yang dibahas dalam penelitian berjudul “Pengaruh *Perceived Influence* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Engagement* dan *Brand Expected Value* Sebagai Variabel Mediasi: Peranan *Digital Influencer* Dalam Rekomendasi Merek”, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. *Perceived Influence* pada digital *influencer* berpengaruh secara signifikan terhadap *Purchase Intention* pada generasi Z di kota Batam
2. *Perceived Influence* pada digital *influencer* berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Engagement* pada generasi Z di kota Batam
3. *Perceived Influence* pada digital *influencer* berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Expected Value* pada generasi Z di kota Batam
4. *Brand Engagement* pada digital *influencer* berpengaruh secara signifikan terhadap *Purchase Intention* pada generasi Z di kota Batam
5. *Brand Expected Value* pada digital *influencer* berpengaruh secara signifikan terhadap *Purchase Intention* pada generasi Z di kota Batam
6. *Brand Engagement* dan *Brand Expected Value* pada digital *influencer* berpengaruh secara signifikan dan mampu memediasi hubungan antara *Perceived Influence* dengan *Purchase Intention* pada generasi Z di kota Batam

5.2. Saran

Tentunya, penelitian yang dilakukan masih memiliki banyak keterbatasan dan beberapa saran yang direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya di masa mendatang yakni sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel independen yang berkaitan terhadap dampak peningkatan niat pembelian yang belum dibahas dalam penelitian kali ini, seperti *brand awareness*, *brand loyalty*, *perceived value*, *credibility influencer*, dan lain sebagainya meninjau penelitian ini bersifat dinamis karena kemajuan teknologi yang akan terus mengalami perubahan seiring berjalannya waktu.
2. Peneliti selanjutnya dapat melakukan generalisasi kembali atas penelitian ini, mencoba pengujian dengan meningkatkan ukuran dan jumlah sampel serta memperluas wilayah populasi penelitian ke kota atau negara lainnya.
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan berfokus pada jenis *influencer* sesuai kategori bidang produk pemasaran tersendiri seperti *fashion*, *travel*, kuliner, *gadget*, dan lain sebagainya untuk memperkaya dan memperdalam kajian literatur dan teoritis terhadap berbagai jenis kategori *influencer* yang ada, menimbang jenis *influencer* yang dibahas dalam penelitian ini masih secara general/umum.
4. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan topik serupa dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk melakukan interpretasi yang lebih mendalam dan menyelidiki makna hubungan antara peranan pengaruh yang diberikan oleh digital *influencer* terhadap dampaknya pada niat pembelian.

Peneliti juga bermaksud dalam memberikan beberapa saran rekomendasi terhadap kalangan masyarakat dan penggiat bisnis:

1. Mari mulai mempelajari, mendalami, dan menguasai perangkat-perangkat teknologi, internet dan media sosial karena semua hal itu sangat berperan penting pada di masa sekarang dan yang akan mendatang.
2. Para penggiat bisnis di kota Batam khususnya dapat mulai menyusun, merancang dan mempertimbangkan strategi pemasaran secara digital melalui berbagai *platform* internet dan media sosial untuk mengembangkan pemasaran produk/jasa yang dilakukan saat ini, karena dinilai memiliki prospek yang baik

dan berpotensi dalam memberikan pengaruh terhadap konsumen atas pembelian. Mempertimbangkan jasa promosi melalui *influencer* tentunya akan menjadi nilai tambah karena dari hasil penelitian menunjukkan pengaruh dari *influencer* memiliki tingkat signifikansi yang cukup tinggi dalam meningkatkan keterlibatan antara konsumen dengan merek yang mampu berdampak terhadap niat pembelian.

3. Kalangan generasi Z di kota Batam juga dapat mulai aktif dalam berkarya, mulai mencoba mendalami serta mempelajari kreasi konten yang berkualitas dan menarik karena dinilai bidang ini akan berpotensi serta berprospek baik kedepannya.