

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berlandaskan olah data yang sudah didapat pada pengaruh *trustworthiness*, *expertise*, *attractiveness*, *attitude homophily*, dan *respect* terhadap minat beli kuliner Mojokerto maka dipetik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel *trustworthiness* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kuliner di Mojokerto
- b. Variabel *expertise* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kuliner di Mojokerto
- c. Variabel *attractiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kuliner di Mojokerto
- d. Variabel *attitude homophily* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kuliner di Mojokerto
- e. Variabel *respect* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kuliner di Mojokerto

5.2 Saran

Berlandaskan hasil riset, analisa, pembahasan dan kesimpulan yang sudah dijabarkan sebelumnya, saran yang dibagikan penulis adalah :

a. Bagi *Influencer*

Para Influencer harus mempertahankan citra baik dan meningkatkan kualitas diri agar para *viewers* semakin berminat untuk memfollow akun media sosial *influencer* tersebut dan berminat membeli makanan kuliner yang telah direkomendasikan, sehingga UMKM Mojokerto semakin berkembang pesat.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penulis berharap peneliti berikutnya bisa mengembangkan penelitian terhadap variabel atau faktor lain yang bisa mempengaruhi minat beli kuliner di Mojokerto.

Penulis berharap peneliti selanjutnya dapat mengembangkan metode sehingga mempunyai hasil yang lebih akurat untuk riset berikutnya.

