

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian dengan judul pengaruh Atribut Jasa Terhadap Minat Menggunakan Ruangguru dengan *Brand Ambassador* Sebagai Variabel Moderating kepada 96 Responden, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis nilai Tstatistic, P value dan nilai sampel asli menunjukkan bahwa Atribut Jasa mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Ruangguru.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis nilai Tstatistic, P value dan nilai sampel asli menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Ruangguru.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis nilai Tstatistic, P value dan nilai sampel asli menunjukkan bahwa pengaruh Atribut Jasa terhadap Minat Menggunakan dengan *Brand Ambassador* sebagai variabel moderating berpengaruh positif dan signifikan artinya *Brand Ambassador* mampu menjadi moderator dan memperkuat hubungan antara atribut jasa terhadap Minat Menggunakan Ruangguru.

6.2. Saran

1. Pada penelitian ini Variabel Atribut jasa dan *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan oleh sebab itu perusahaan harus mempertahankan poin-poin yang termasuk kedalam atribut jasa dan juga selektif dalam memilih *Brand Ambassador* karena itu sangat berpengaruh terhadap minat orang menggunakan Ruangguru.
2. Pada hasil deskriptif variabel nilai terendah pada variabel atribut jasa terdapat pada poin pelayanan, pada variabel *Brand Ambassador* nilai terendah terdapat pada poin *power* (kekuatan), pada variabel minat menggunakan nilai terendah

terdapat pada poin minat eksploratif. Perusahaan disarankan untuk melakukan evaluasi serta perbaikan pada pelayanan terkait tutor yang standby dan kecepatan merespon pada web ataupun aplikasi Ruangguru, mencari *Brand Ambassador* yang mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi dan juga meyakinkan serta memberikan testimonial yang langsung di sampaikan oleh orang yang telah menggunakan Ruangguru agar para calon pengguna mendapatkan informasi yang cukup.

3. Bagi peneliti selanjutnya apa yang sudah dibahas dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya, dan variabel penelitiannya pun dapat dikembangkan ke variabel – variabel yang lain seperti Daya tarik promosi, kemudahan penggunaan dan lain sebagainya.