

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *influencer* dan *conten marketing* terhadap minat mendaftar mahasiswa di Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Influencer* berpengaruh terhadap minat mendaftar mahasiswa di Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
2. *Conten marketing* berpengaruh terhadap minat mendaftar mahasiswa di Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
3. *Influencer* dan *conten marketing* berpengaruh terhadap minat mendaftar mahasiswa di Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya

5.2 Saran

5.1.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menyarankan kepada Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, dalam memilih seorang influncer yang memiliki latar belakang pendidiakn yang baik sehingga dapat mempresentsikan atau menginformasikan keunggulan yang dimiliki Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya serta influncer yang sudah terkenal di kalangan masyarakat luas, hal tersebut akan mneingkatkan minat mendaftar calon mahasiswa di Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
2. Menyarankan kepada Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, dalam membuat *content marketing* harus

menginformasikan hal-hal penting secara mendetail sehingga calon mahasiswa dapat memperoleh informasi yang jelas dan *content marketing* yang dibuat harus menunjukkan visi dan misi dari Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya di masa yang akan datang sehingga calon mahasiswa mengetahui tujuan dari Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya sehingga calon mahasiswa dapat lebih yakin dan percaya untuk berminat mendaftar sebagai mahasiswa di Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya

5.1.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh pengaruh pengaruh *influencer* dan *conten marketing* terhadap minat mendaftar mahasiswa. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur dengan variabel lain dan menambah jumlah sampel.