

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan pembahasan mengenai Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Otomotif Roda Dua Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Dua-Tak Di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang valid dan signifikan antara Keterpercayaan *Influencer* Otomotif Roda Dua Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Dua-Tak Di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Keterpercayaan maka berdampak pada keputusan pembelian sepeda motor dua-tak di komunitas *Two Stroke* Priangan serta peran *Influencer* yang memiliki kejujuran serta memberikan informasi mengenai ketersediaan produk yang dipakai dan produk yang mereka komunikasikan, sehingga *followers* menanggapi hal tersebut dapat mewakili bahwa *influencer* tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi, yang bisa mereka percayai dan andalkan.
2. Terdapat pengaruh yang valid dan signifikan antara Keahlian *Influencer* Otomotif Roda Dua Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Dua-Tak Di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung, dengan arah yang menunjukkan arah positif dengan semakin baik keahlian maka berdampak pada pada Keputusan Pembelian sepeda motor dua-tak di komunitas *Two*

*Stroke* Priangan Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Terkait Keahlian *Influencer* otomotif roda dua, seorang *Influencer* harus memiliki keahlian sehingga pengikutnya mampu mengikuti apa yang sedang digunakan atau dilakukan oleh *Influencer* pada berbagai *platform* media sosial sehingga mampu menarik pengikutnya untuk mengikuti.

3. Terdapat pengaruh yang valid dan signifikan antara Daya Tarik *Influencer* Otomotif Roda Dua Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Dua-Tak Di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Daya Tarik maka berdampak pada Keputusan Pembelian sepeda motor dua-tak di komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Daya Tarik yang dilakukan *Influencer* otomotif roda dua yang dianggap mampu menjadi alat pemasaran dan alat informasi di berbagai *platform* media sosialnya dalam menarik perhatian konsumen.
4. Terdapat pengaruh yang valid dan signifikan antara *Influencer* Otomotif Roda Dua Terhadap Pemilihan Produk Sepeda Motor Dua-Tak Di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas *Influencer* Otomotif Roda Dua maka berdampak pada Pemilihan Produk sepeda motor dua-tak di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa kredibilitas *Influencer* otomotif otomotif roda dua dapat menciptakan hal yang positif bagi anggota atau komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung

sehingga mampu menciptakan informasi mengenai pemilihan produk terhadap sepeda motor dua-tak.

5. Terdapat pengaruh yang valid dan signifikan antara Kredibilitas *Influencer* Otomotif Roda Terhadap Pemilihan Merek Sepeda Motor Dua-Tak Di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas *Influencer* Otomotif Roda Dua yang berdampak pada Pemilihan Merek sepeda motor dua-tak di komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa kredibilitas *influencer* otomotif roda dua dalam memberikan informasi mengenai pemilihan merek terhadap produk sepeda motor dua-tak.
6. Terdapat pengaruh yang valid dan signifikan antara Kredibilitas *Influencer* Otomotif Terhadap Pemilihan Penyalur Sepeda Motor Dua-Tak Roda Dua Di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas *Influencer* Otomotif Roda Dua yang berdampak pada pemilihan penyalur dalam menentukan dan memilih produk sepeda motor dua-tak di komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukan bahwa Kredibilitas *Influencer* otomotif roda dua dengan mampu menciptakan pemilihan penyalur di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung dalam membeli dan menentuka produk sepeda motor dua-tak.
7. Terdapat pengaruh yang valid dan signifikan antara Kredibilitas *Influencer* Otomotif Roda Dua Terhadap Waktu Pembelian Sepeda Motor Dua-Tak Di

Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas *Influencer* Otomotif Roda Dua maka berdampak pada waktu pembelian sepeda motor dua-tak di komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Kredibilitas *Influencer* Otomotif Roda yang mampu memberikan informasi mengenai waktu pembelian mengenai sepeda motor dua-tak.

8. Terdapat pengaruh yang valid dan signifikan antara Kredibilitas *Influencer* Otomotif Roda Dua Terhadap Metode Pembayaran Sepeda Motor Dua-Tak Di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung karena menunjukkan bahwa metode pembayaran yang diinformasikan oleh *influencer* otomotif roda dua untuk pembelian produk sepeda motor dua-tak berpengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh *Influencer* Otomotif Roda Dua sudah mampu memberikan informasi mengenai metode pembayaran dalam melakukan pembelian produk sepeda motor dua-tak.
9. Terdapat pengaruh yang valid dan signifikan antara Kredibilitas *Influencer* Otomotif Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Dua-Tak Di Komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung karena menunjukkan bahwa kredibilitas *influencer* dalam memberikan informasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor dua-tak oleh para anggota komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung berpengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa *influencer* memiliki kredibilitas dalam memberikan informasi mengenai produk sepeda motor dua-tak secara informatif dengan memanfaatkan keahlian, dan

daya tarik untuk meningkatkan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor dua-tak seperti pemilihan produk, merek, penyalur, waktu pembelian dan metode pembayaran dari para anggota komunitas *Two Stroke* Priangan Bandung.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti mengajukan saran-saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepenting dalam penelitian ini. Ada pun saran-saran yang hendak peneliti kemukakan adalah:

### **1. Saran Bagi Komunitas *Two Stroke* Priangan**

Menyelenggarakan rapat rutin dalam komunitas dalam membahas agenda, acara kegiatan sosial dan amal serta melakukan kegiatan touring untuk mengunjungi berbagai tempat disekitar kota Bandung mapun luar kota dan juga mengatur acara kopdar (kopi darat) secara berkala untuk menjalin tali silaturahmi. Selain itu, melakukan kampanye keamanan berkendara agar menjadi contoh yang baik bagi pengguna sepeda motor lainnya. Komunitas adalah tentang bersama-sama, berbagi pengetahuan dan mendukung satu sama lain sehingga membuat anggota komunitas *Two Stroke* berkembang dan tetap solid satu sama lain.

### **2. Saran Bagi *Influencer* Otomotif Roda Dua**

Konten yang diunggah pada setiap *platform* media sosial *influencer* perlu dibuat menarik, berkesan, dan mudah diingat. Pasalnya, konten merupakan

“wajah” bagi sebuah *brand* yang dapat menarik konsumen. Bagi konsumen, konten memiliki daya tarik sendiri, terlebih lagi jika mampu menghadirkan relevansi secara personal dengan konsumen, seperti konten yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Konten tidak selalu berbicara seputar promosi produk yang ditawarkan, namun juga bisa berupa materi lainnya yang mampu membangun engagement antara *influencer* dengan konsumen. Misalnya dengan menghadirkan materi tips dan *trick* dalam merawat sepeda motor dua-tak, dan *give away merchandise* yang berhubungan dengan otomotif roda dua. Keterlibatan konsumen dalam aktivitas bersama dengan *influencer* menjadi satu aset yang dapat memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian. Untuk itu, memotivasi konsumen agar terlibat perlu dilakukan oleh *influencer*. Salah satunya dengan program pemasaran yang menarik, sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat memberikan benefit lebih. Program pemasaran pun, dapat menarik konsumen yang akhirnya pada keputusan pembelian.

### 3. **Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini kedepannya diharapkan dapat bermanfaat untuk referensi penelitian selanjutnya bagi mahasiswa yang tertarik untuk meneliti topik kredibilitas *influencer* otomotif roda dua. Sedangkan mengacu pada hasil penelitian, didapatkan bahwa terdapat faktor lainnya yang juga mempengaruhi proses keputusan pembelian sepeda motor dua-tak. Keterbatasan penelitian juga berada pada bagian objek penelitian yakni *influencer* otomotif yang menawarkan sepeda motor dua-tak, yang dimana

sepeda motor banyak digemari pada jenis kelamin laki-laki, sehingga responden pada penelitian ini terbatas pada jenis kelamin laki-laki saja. Untuk itu, disarankan bagi penelitian mengenai kredibilitas *influencer*, dalam hal ini adalah menambah atau mengubah variabel lain untuk melihat proses keputusan pembelian sepeda motor dua-tak. Juga pemilihan objek penelitian yang memungkinkan bagi seluruh *gender* baik laki-laki maupun perempuan.