

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 reseponden pada subscriber channel YouTube Gadgetin maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk menjawab pernyataan penelitian ini, maka digunakanlah pengujian hipotesis. Hasil uji hipotesis untuk penelitian ini adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima yang artinya hasil peneltian ini adalah Apakah ada kualitas informasi yang disampaikan pada channel YouTube Gadgetin periode 2022, Apakah ada keputusan pembelian smartphone dan apakah ada pengaruh subscriber pada keputusan pembelian produk smartphone dari kualitas informasi yang disampaikan dari media sosial YouTube Gadgetin dari pernyataan tersebut pernyataan (Variabel X) dan (Variabel Y) memiliki pengaruh pada keputusan pembelian dari kualitas informasi pada channel YouTube Gadgetin. Hasil tersebut didasari berdasarkan perhiutngan menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan SPSS versi 25 dengan kreterian penilaian  $H_0$  ditolak jika  $t$  hitung  $> 0,05$  dan  $H_0$  diterima jika  $t$  hitung  $< 0,05$  dan didapatkan hasil  $t$  hitung sebesar 21.464 dengan nilai signifikasi  $0,000 < 0,05$ . Dari perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan rumus *pearson's product moment* didapatkan hasil sebesar 0.908 dan setelah diketahui koefisien korelasi. Maka hasil analisi tersebut dapat dilihat bahwa “Apakah ada kualitsan informasi yang disampaikan pada channel YouTube Gadgetin periode 2022, apakah ada keputusan pembelian pada smartphone dan apakah ada pengaruh subscriber pada keputusan pembelian produk smartphone dari kualitas informasi yang disampaikan dari media sosial YouTube Gadgetin” dan jawaban dari pernyataan tersebut “ada” dan “berpengaruh”. Pernyataan tersebut didasari berdasarkan kriteria pengujian koefisien korelasi yaitu  $r$  hitung  $> r$  tabel, sehingga  $H_0$  dapat di tolak. R rabel dari penelitian ini adalah  $N: 100$  yaitu 0,202 dan  $r$  hitung 0.908, maka hasilnya  $0,908 > 0,202$ .

2. Dari variabel X yaitu pengaruh kualitas informasi channel YouTube Gadgetin terdapat 13 pernyataan dan dari 13 indikator tersebut terdapat indikator yang paling besar yaitu reseponden menentukan struktur pesan, sedangkan pengaruh yang paling rendah yaitu responden menentukan pada indikator keputusan pembelian. Selanjutnya dari variabel Y yaitu 11 pernyataan dan 11 indikator tersebut yang paling besar yaitu rseponden menentukan pada keyakinan pembelian, sedangkan pengaruh yang paling rendah yaitu responden menentukan pada indikator pengetahuan pembelian.
3. Hasil dari Variabel X dan Variabel Y yang menunjukkan nilai terbesar, meliputi dari 3 pernyataan dengan akumulasi nilai tertinggi. Dimensi dengan akumulasi nilai tertinggi yaitu pada point dimensi “struktur pesan” dan “kemampuan narasumber” dengan pernyataan 4,5,6. Yang menghasilkan nilai 1,021, 1,050, dan 1.070. dari hasil nilai tertinggi tersebut maka nilai dari setiap pernyataan memiliki r hitung lebih besar dari pada r table yang peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu 0,202. Dari setiap dimensi variabel indikator X (struktur pesan) yang berisikan pernyataan “Informasi yang disampaikan channel YouTube GadgetIn mudah dipahami?”, lalu “informasi yang disampaikan channel YouTube GadgetIn dijelaskan dengan detail?” dan yang terakhir pada Variabel indikator X (Kemampuan Narasumber) yang berisikan “Channel YouTube GadgetIn selalu memberikan Informasi yang terbaru?” dari pernyataan-pernyataan tersebut menjawab bahwa responden percaya “struktur pesan” dan “kemampuan narasumber” untuk kualitas informasi yang disampaikan channel YouTube GadgetIn mengenai Gadget sangat baik dalam menentukan sebuah pilihan-pilihan terbaik dalam *review* seputar produk-produk Gadget dan untuk para responden agar bisa menentukan dalam membeli produk Gadget yang sudah di *review* oleh channel YouTube Gadgetin.
4. Lalu untuk hasil dari Variabel Y yang menunjukkan nilai terbesar, meliputi dari 3 pernyataan dengan akumulasi nilai tertinggi. Dimensi dengan akumulasi nilai tertinggi yaitu pada point dimensi “keyakinan pembelian”,

dan “keputusan” dengan pernyataan 5,9 dan 10. Yang menghasilkan nilai 1,019, 0,992 dan 1.020. dari nilai tertinggi tersebut maka nilai dari setiap pernyataan memiliki r hitung lebih besar dari pada r tabel yang peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu 0,202. Dari setiap dimensi variabel indikator Y (keyakinan pembelian) yang berisikan pernyataan “saya memantapkan pilihan untuk membeli gadget setelah menonton tayangan GadgetIn?” lalu “saya percaya apa yang di sajikan YouTube Gadgetin membuat saya yakin untuk membeli produk gadget?” dan dan yang terakhir pada variabel indikator Y (keputusan) yang berisikan “saya percaya diri membeli produk gadget sesuai kebutuhan saya setelah menonton GadgetIn?”. Dari pernyataan-pernyataan tersebut menjawab bahwa para responden yakin dan mengambil keputusan apa yang disampaikan channel YouTube Gadgetin memiliki daya tarik dalam setiap penyampaiannya dalam memberikan informasi dan edukasi seputar gadget untuk dapat menentukan keputusan untuk membeli sebuah produk gadget

5. Berdasarkan dari hasil pembahasan diatas membuktikan bahwa para subscriber percaya serta yakin dengan kualitas informasi yang disampaikan channel YouTube channel Gadgetin dan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukan dari hasil data olahan peneliti yang memiliki hasil yang signifikan dan valid subscriber channel YouTube Gadgetin. Hal tersebut juga membuktikan bahwa subscriber channel YouTube Gadgetin membuktikan kualitas informasi yang disampaikan pada channel YouTube-Nya mempengaruhi keputusan pembelian. Dan ini menandakan bahwa para subscriber channel YouTube Gadgetin terpengaruh oleh sosial media YouTube. Dalam penelitian ini, teori (*media richness*) membuktikan bahwa para responden menentukan sikap terhadap keputusan pembelian produk dari channel YouTube Gadgetin yang menjadi sebuah sarana informasi untuk kebutuhan informasi mengenai Gadget. Karena penggunaan media didasari oleh suatu kebutuhan dan tujuan seseorang dalam bermedia. Responden memiliki peran aktif dimana sebagian penting penggunaan media memiliki tujuan tertentu untuk memenuhi kebutuhan masing-masing penggunaannya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari pengkajian hasil penelitian di lapangan maka peneliti bermaksud memberikan saran yang mudah – mudahan dapat bermanfaat bagi mahasiswa – mahasiswi maupun bagi peneliti yang selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan kualitas informasi dan keputusan pembelian ketika menonton tayangan channel YouTube serta faktor – faktor yang mempengaruhinya. Khususnya yang berminat untuk mengetahui lebih jauh tentang terpaan new media, media sosial dan perilaku (melakukan penelitian) maka perlu variable – variable, variable bebas yang variasinya mempengaruhi variabel lain dan variabel terikat yaitu variabel yang diukur untuk mempengaruhi besarnya efek atau pengaruh variabel lainnya. Sehingga penelitian berjalan sistematis dan penelitian akan lebih berjalan secara obyektif.

Dalam upaya mengurangi pengaruh efek media sosial peneliti mengharapkan agar para mahasiswa dapat selektif dalam menonton tayangan channel YouTube disesuaikan dengan kebutuhan kalian dalam bersosial media.

2. Bagi peneliti selanjutnya adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang terpaan media sosial adalah:
  - a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan tepaan media maupun psikologis seseorang ketika menonton tayangan media sosial khususnya YouTube agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
  - b. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan baik. Peneliti selanjutnya diharapkan ditunjang pula dengan wawancara dengan sumber yang kompeten dalam terpaan media khususnya channel

YouTube mempengaruhi kognitif. Selain itu menjangkau dengan luas dari beberapa aspek mengenai sikap atau perilaku penonton agar lebih objektif.

- c. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan kontribusi untuk penelitian selanjutnya yang tertarik dengan tema yang serupa. Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat meneliti dengan menggunakan media komunikasi lain. Dikarenakan seiring berjalannya waktu, media akan terus berkembang dan akan muncul media-media komunikasi baru yang memungkinkan para penggunanya mempengaruhi terpaan melalui media tersebut.
- d. Peneliti mengharapkan jika pemilik akun YouTube yaitu Gadgetin dapat memberikan lebih banyak lagi informasi yang beredukasi yang dapat diterapkan oleh penonton atau pengikutnya. Dikarenakan dari hasil observasi peneliti pada kolom komentar setiap video yang diunggah, banyak penonton atau *subscriber* yang tertarik dan antusias dalam menyaksikan informasi yang disuguhkan untuk menjadi sarana referensi mereka dalam memilih dan memilih informasi mengenai Gadget.