

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan olah data yang dilakukan terhadap 316 responden penggemar otomotif di wilayah Tangerang Selatan dalam penelitian “Pengaruh *Source Credibility* Terhadap *Information Usefulness* dan *Information Satisfaction* Pada Media Sosial Youtube Den Dimas (Studi Pada Kalangan Penggemar Otomotif di Tangerang Selatan)”.

1. Hipotesis pertama (H1) “Terdapat pengaruh *source credibility* terhadap *information usefulness* pada kalangan penggemar otomotif yang mengikuti media sosial Youtube Den Dimas” diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *source credibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan informasi. Aspek utama yang menjadi pertimbangan dalam penerapan *source credibility* adalah kepercayaan, pengetahuan, kemampuan, dan kejujuran. Kredibilitas sumber memegang peranan penting dalam memengaruhi kegunaan informasi, karena kredibilitas menentukan sejauh mana individu menganggap informasi tersebut dapat diandalkan dan berharga untuk pengambilan keputusan. Berdasarkan hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa penggemar otomotif merasa penerapan *source credibility* yang dilakukan oleh Youtuber Den Dimas sudah cukup baik.
2. Hipotesis kedua (H2) “Terdapat pengaruh *source credibility* terhadap *information satisfaction* pada kalangan penggemar otomotif yang mengikuti media sosial Youtube Den Dimas” diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaplikasian *source credibility* ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dalam mendapatkan sebuah informasi. *Source credibility* ini dapat menjadi suatu sumber yang kredibel untuk meningkatkan kepuasan informasi yang lebih tinggi dikarenakan mereka dapat percaya bahwa informasi tersebut lebih mungkin memenuhi kebutuhan mereka dan memberikan wawasan tambahan yang bermakna.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa penggemar otomotif merasa penerapan *source credibility* yang dilakukan oleh Youtuber Den Dimas ini sudah cukup baik.

## **5.2 Saran**

Sarannya pada penelitian ini yaitu:

### **5.2.1 Bagi Objek Penelitian**

Berdasarkan penelitian ini, terlihat bahwa pada variabel *information satisfaction* masih terdapat beberapa ulasan dari responden untuk mengembangkan variasi konten, seperti *tips* teknis, ulasan teknologi terbaru, atau diskusi mendalam mengenai tren otomotif, dapat memberikan nilai tambah bagi penggemar otomotif yang mengikuti konten Youtube dari Den Dimas. Hal ini akan memastikan bahwa informasi yang diberikan tidak hanya berguna tetapi juga relevan dengan kebutuhan penggemar otomotif.

### **5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

1. Penelitian mendatang dapat mengeksplorasi faktor tambahan yang memengaruhi kegunaan dan kepuasan informasi, seperti kualitas konten, daya tarik visual, atau tingkat interaksi di media sosial. Kedua, penelitian dapat dilakukan dengan membandingkan *source credibility* Den Dimas dengan Youtuber otomotif lainnya untuk mengidentifikasi strategi yang paling efektif dalam meningkatkan kegunaan dan kepuasan informasi.
2. Penelitian selanjutnya dapat fokus pada segmentasi audiens berdasarkan demografi, seperti usia, jenis kelamin, atau tingkat pengalaman dalam dunia otomotif, guna memahami kebutuhan informasi secara lebih spesifik. Penelitian juga dapat mengevaluasi dampak jangka panjang dari *source*

*credibility* terhadap loyalitas pengikut atau keputusan pembelian produk otomotif.

3. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mengkaji pengaruh media sosial lain, seperti Instagram atau Tiktok, terhadap kegunaan dan kepuasan informasi di komunitas otomotif. Sebagai pelengkap, pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam dengan audiens, dapat memberikan wawasan lebih terperinci terkait pengalaman dan persepsi penggemar otomotif.

