

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan**

Hasil dari penelitian ini dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara konten Instagram #EZ terhadap Keputusan pembelian pada followers @bluebirdgroup. Sehingga pada penelitian ini H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima yang mana artinya bahwa terdapat hubungan pengaruh yang tinggi dan kuat antara konten Instagram yang memiliki indikator caption, hastag, lokasi, konten foto, dan konten video dengan Keputusan pembelian yang memiliki indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan Keputusan pembelian. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh konten Instagram #EZ terhadap Keputusan pembelian jasa Bluebird pada followers @bluebirdgroup.

Pada variable konten Instagram indikator tertinggi ada pada Konten foto dan indikator terendah ada pada indikator lokasi. Sebaliknya, pada variable Keputusan pembelian indikator tertinggi ada pada pengenalan masalah dan terendah ada pada pencarian informasi. Identitas responden jenis kelamin, usia, dan pendapatan memiliki pengaruh yang positif terhadap keberhasilan konten Instagram. Hal tersebut juga terjadi pada variable Keputusan pembelian yang juga memengaruhi Keputusan pembelian.

Dalam hasil olah data diperoleh bahwa terdapat hubungan korelasi yang kuat dan tinggi antara konten Instagram #EZ @bluebirdgroup terhadap

Keputusan pembelian jasa bluebird. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan konten Instagram dan Keputusan pembelian terdapat pengaruh yang signifikan.

## **V.2 Saran**

### **V.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian lain yang tertarik dan ingin melakukan penelitian dengan menggunakan subjek atau objek yang serupa. Selain itu, penelitian serupa yang ingin dilakukan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau menggunakan metode lain untuk memperkaya referensi. Selain itu, dapat membagikan manfaat dalam pengembangan informasi komunikasi tentang pengaruh konten Instagram terhadap Keputusan pembelian.

### **V.2.2 Saran Praktis**

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai evaluasi bagi Bluebird untuk melakukan pengembangan dan inovasi lain untuk konsep bauran komunikasi pemasaran sehingga dapat diterima dengan baik oleh Masyarakat dan lebih positif. Selain itu, konten Instagram dengan memanfaatkan fitur yang ada juga dapat menunjang efektifitas konten Instagram terhadap Keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing Communications discovery, creation and conversations* (7th ed.). Pearson.
- Funk, T. (2013). *Advanced Social Media Marketing How to Lead, Launch, and Manage a Successful Social Media Program*. Business Media New York.
- Gunelius, Susan. (2011). *30-minute social media marketing : step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*. McGraw-Hill.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2016). *Consumer behavior : building marketing strategy* (13th ed.). Mc Grawhill.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2017). *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kingsnorth, Si. (2016). *Digital Marketing Strategy*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kriyantono, Ph. D. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenamedia Group.
- Kriyantono Ph.D, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Prenadamedia Group.
- Mayfield, A. (2008). *What\_is\_Social\_Media\_iCrossing\_ebook*.
- Miles, J. (2019). *Instagram Powe Build Your Brand and Reach More Customers with Visual Influence* (2nd ed.). McGraw-Hill Education .
- Moerdijati, S. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Revka Petra Media.
- Morissan. (2019). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (5th ed.). Prenadamedia Group.
- Priansa, S. pd. , S. E. , M. M. , Q. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (8th ed.). Salemba Empat.
- Silalahi, M. Dr. U. (2012). *Metode Penelitian Sosial* . PT Refika Aditama.

Sujarweni, V. W. (2023). *SPSS Untuk Penelitian Sujarweni*. Pustaka Baru Press.

Warsaw. (2015). *CONTENT marketing Handbook Simple Ways to Innovate Your Marketing Approach*. www.cmex.eu

## **Jurnal**

Aras, M., Hasibuan, A. N., Fatihah, S., & Rambe, D. (2021). STRATEGI PROMOSI ONLINE INSTAGRAM DAN STRATEGI HARGA UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI JASA PENERBANGAN AIR ASIA RUTE JAKARTA-SINGAPURA. *Mediastima*, 27(1), 18–38. www.jelajahdigital.com

Darmawan, B., & Putri, K. Y. S. (2020). PENGARUH UNGGAHAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI MINUMAN KOPI. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17.

Dwi Astuti, W., & W Kaligis, R. A. (2021). Pengaruh Promosi Buku Penerbit Mediakita di Instagram terhadap Proses Keputusan Pembelian Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18, 19–34.

Fatimah, R. (2023). Pengaruh Content Marketing Instagram Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Di PS. Store Medan. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*, 7. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah>

Hakim, F., & Anggraini, D. (2022). Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Akun Instagram @lrtjkt Terhadap Minat Beli Jasa. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 5(1), 78–85.

Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN BARANG DI KANTOR POS PATI 59100. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1).

Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FOLLOWERS ONLINE SHOP INSTAGRAM @KPOPCONNECTION. *Jurnal Ilmu Komunikasi* /, 10(1), 39–50.

Kuspriyono, T., & Nurelasari, E. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Bonding dan Purchase to Intention. *Cakrawala*, 18(2). <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>

Laily Yuliyanti, N., & Tagor, R. A. (2022). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BERKUNJUNG. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10).

- Natalia Chandra, C., & Purnama Sari, W. (2021). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID). *Prologia*, 5(1), 191–197.
- Puspayani, S., Jessica, & Budiarto. (2021). Pengaruh Konten Social Media Instagram terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(8). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i8.3886>
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (n.d.). *PERILAKU PERILAKU KONSUMEN T E O R I*.
- Rachmansyah, M., & Supratman, L. P. (n.d.). *PERAN MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMASARKAN PRODUK FASHION DOLLIES THE ROLE OF INSTAGRAM IN MARKETING FASHION PRODUCT DOLLIES*.
- Ramadhanty, P., & Mei Ulina Malau, R. (2020a). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING CONTENT INSTAGRAM @KEDAIKOPIKULO TERHADAP SIKAP KONSUMEN. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 2614–0373.
- Ramadhanty, P., & Mei Ulina Malau, R. (2020b). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING CONTENT INSTAGRAM @KEDAIKOPIKULO TERHADAP SIKAP KONSUMEN* (Vol. 3, Issue 2).
- Rizki, A. Y. (n.d.). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGELUARAN KONSUMSI RUMAH TANGGA DI KOTA DAN KABUPATEN PROVINSI JAWA BARAT*.
- Sandi, F., Azhari, R., Fernando, J., Hidayati, R. K., & Kurniawati, L. S. M. W. (2022). Pengaruh Influencer dan Konten instagram @anakjajan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Whats up Cafe. *Promedia (Public Realtion Dan Media Komunikasi)*, 8, 59–89.
- Situmeang, I. V. O. (2021). PENGARUH DAYA TARIK CONTENT MARKETING DAN CONTENT RIVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey Pada Followers Akun @msglowbeauty). *Medialog : Jurnal Ilmu Komunikasi*.

### **Internet**

- Al Faqir, A. (n.d.). *Digempur Bisnis Taksi Online, Bluebird Tetap jadi Pilihan Para Pelanggan*. Merdeka.Com. Retrieved December 13, 2023, from <https://www.merdeka.com/uang/digempur-bisnis-taksi-online-bluebird-tetap-jadi-pilihan-para-pelanggan-48349-mvk.html?screen=16>

- Bluebird. (2022). *Company Profile Blue Bird*. Bluebirdgroup.Com.  
<https://www.bluebirdgroup.com/about/company?lang=id>
- Bluebird.com. (n.d.). *Diskon potongan harga hingga 10%*. Retrieved December 13, 2023, from <https://www.bluebirdgroup.com/promo/dapatkan-potongan-diskon-50-hingga-rp-15000-buat-kamu-dari-tangerang-bekasi-depok?lang=id>
- Gideon, A. (n.d.). *Beri Kenyamanan ke Konsumen*. Retrieved December 13, 2023, from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5353391/tengok-cara-blue-bird-beri-kenyamanan-ke-konsumen>
- Iskandar. (2022). *instagram rilis template dan tools baru untuk permudah pengguna bikin reels*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5022508/instagram-rilis-template-dan-tools-baru-untuk-permudah-pengguna-bikin-reels>
- Ismi R, A. (n.d.). *Cara buat instagram video viral*. Retrieved December 13, 2023, from <https://socialmediamarketer.id/instagram/cara-buat-instagram-video-viral/>
- Klasifikasi umur* . (n.d.). Retrieved December 13, 2023, from <https://www.bps.go.id/subject/19/upah-buruh.html>
- Kompas. (n.d.). *Arti kata EZ*. Retrieved September 15, 2023, from <https://www.kompas.com/tren/read/2021/11/13/205300965/daftar-istilah-yang-sering-dipakai-di-game-online--afk-noob-gg-ggwp?page=all#:~:text=Ez%20merupakan%20kependekan%20dari%20bahasa,m ain%20mudah%20dikalahkan%20atau%20dilawan.>
- Nur Fitri, A. (n.d.). *Blue Bird (BIRD) Realisasikan Pembelian Lebih dari 1.600 Armada Baru*. Industri.Kontan. Retrieved December 13, 2023, from <https://industri.kontan.co.id/news/blue-bird-birs-realisasikan-pembelian-lebih-dari-1600-armada-baru>
- Perkasa, G. (n.d.). *Mengapa orang menyukai instagram story*. Retrieved December 13, 2023, from <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/04/30/143132020/mengapa-orang-sangat-menyukai-instagram-story?page=all>
- Reni Susanti. (2015, September). Saingi Uber, Blue Bird Luncurkan Aplikasi “My Blue Bird” di Bandung. *Kompas.Com*.  
<https://regional.kompas.com/read/2015/09/20/09324551/Saingi.Uber.Blue.Bird.Luncurkan.Aplikasi.My.Blue.Bird.di.Bandun>
- Rizki, A. Y. (n.d.). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGELUARAN KONSUMSI RUMAH TANGGA DI KOTA DAN KABUPATEN PROVINSI JAWA BARAT*.
- Yonatan, A. Z. (2023, May). *Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023*. Data.Goodstats.Id.

<https://data.goodstats.id/statistic/agneszeanyayonatan/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>