

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab ini akan dibahas hasil penelitian dan memberikan rekomendasi bermanfaat tentang Pengaruh Terpaan Iklan Bareksa di Instagram (X1) dan Kredibilitas Brand Ambassador Boy William (X2) Terhadap Minat Menggunakan Bareksa sebagai *Platform Investasi Online* (Y).

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan iklan di Instagram Bareksa memiliki hubungan signifikan dan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bareksa sebagai *platform investasi online*. Namun, hubungan antara variable terpaan iklan Bareksa di Instagram dengan minat menggunakan Bareksa di Instagram lemah dan hanya dapat menjelaskan sekitar 15,5%. Selain itu, setiap kenaikan 1 satuan terpaan iklan hanya dapat meningkatkan sekitar 6,3% minat untuk menggunakan Bareksa. Dengan demikian, penulis mengusulkan agar Bareksa dapat melanjutkan strategi pemasaran di Instagram dengan membuat iklan promosi dengan rumusan-rumusan baru yang mengutamakan kualitas dari konten iklan itu sendiri, sehingga pesan yang ingin disampaikan mudah diterima oleh audiens. Selain itu, konten iklan yang diunggah juga perlu difokuskan secara merata kepada setiap instrument investasi yang ditawarkan oleh Bareksa sehingga audiens mendapatkan lebih banyak pengetahuan mengenai instrumen investasi

yang ditawarkan oleh Bareksa. Konten tersebut juga harus dikemas lebih singkat, jelas, informatif, dan menarik sehingga audiens dapat memberikan atensi yang cukup untuk menelaah informasi yang ada. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan yang menunjukkan adanya *gap* antara indikator atensi dan pengetahuan dimana responden menaruh atensi pada konten iklan, namun mayoritas responden tidak dapat menyebutkan banyak instrument, keunggulan, manajer investasi, dan fitur yang ditawarkan oleh Bareksa. Selain itu, Bareksa juga perlu memperbanyak promo-promo investasi yang berlaku untuk semua instrumen investasi yang ditawarkan karena mayoritas responden pada penelitian ini mengetahui konten promo investasi yang biasa diiklankan oleh Bareksa. Dengan mengingat temuan penelitian yang menunjukkan korelasi positif antara terpaan iklan dan minat untuk menggunakan Bareksa, hal ini tentunya dapat meningkatkan minat untuk menggunakan Bareksa.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas *brand ambassador* Boy William memiliki hubungan signifikan dan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bareksa sebagai *platform* investasi *online*. Namun, hubungan antara kredibilitas *brand ambassador* dengan minat menggunakan Bareksa memiliki hubungan yang lemah dan variabel kredibilitas *brand ambassador* hanya dapat menjelaskan sekitar 12,5% variabel minat menggunakan Bareksa. Selain itu, setiap peningkatan 1 satuan kredibilitas *brand ambassador* hanya dapat meningkatkan sekitar

9% minat menggunakan Bareksa. Dengan demikian, penulis mengusulkan dua hal, yaitu dengan meningkatkan peran Boy William sebagai *brand ambassador* dengan lebih aktif lg berperan dalam setiap *campaign* yang dilakukan oleh Bareksa, dan meninjau kembali peran Boy William sebagai *brand ambassador* melihat dari hasil penelitian ini. Peran Boy William sebagai komunikator yang mewakili Bareksa kepada publik dinilai cukup untuk menarik minat audiens untuk berinvestasi menggunakan Bareksa. Sehingga, peran Boy William sebagai *brand ambassador* dapat dikatakan penting untuk meningkatkan minat Gen Z untuk mulai berinvestasi menggunakan Bareksa. Namun, peran Boy William sebagai *brand ambassador* perlu diperbanyak melalui konten-konten informatif sebagai salah satu media informasi tersebut disebarkan kepada audiens. Boy William perlu diikutsertakan dalam berbagai konten yang dipublikasikan di Instagram Bareksa, seperti melalui konten kolaboratif antara Bareksa dan Boy William, serta melakukan *social media takeover*. Hal ini dilakukan agar interaksi antara audiens dengan *brand* dapat terjalin dengan baik, sehingga kredibilitas yang dimiliki oleh Boy William dapat dimanfaatkan dengan baik untuk menggaet banyak pengguna baru dan informasi yang perlu disampaikan oleh *brand* dapat tersampaikan dengan baik berkat kredibilitas, keterpercayaan, serta daya tarik yang dimiliki oleh Boy William. Selain itu, Bareksa juga dapat melakukan peninjauan kembali mengenai peran Boy William sebagai *brand ambassador*. Berdasarkan

hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa kredibilitas yang dimiliki oleh Boy William membawa pengaruh yang kecil dalam meningkatkan minat masyarakat khususnya generasi Z untuk mulai berinvestasi di Bareksa. Sehingga, perlu diadakannya peninjauan kembali untuk mengganti *brand ambassador* yang memiliki pengalaman dan ilmu yang lebih baik mengenai investasi dan tentunya membawa banyak pengaruh terhadap masyarakat khususnya generasi Z.

## 5.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas, terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan iklan Bareksa di Instagram dan kredibilitas *brand ambassador* Boy William terhadap minat menggunakan Bareksa sebagai *platform* investasi *online*. Penulis berharap untuk untuk penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel lain yang lebih baru dan relevan dalam penelitian tentang strategi pemasaran Bareksa. Ini akan memungkinkan mereka untuk mendapatkan hasil yang lebih konsisten dan berdampak dibandingkan dengan hasil penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil penelitian di atas, diharapkan untuk penelitian selanjutnya untuk menggunakan populasi yang berbeda dan jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian ini agar data yang dihasilkan dapat memberikan hasil yang lebih valid dan dapat menjelaskan pengaruh yang lebih signifikan antar variabel.