BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil pengolahan data, dan analisis data yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang dijabarkan di bawah ini.

- 1) Sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, niat, dan *social media engagement* pengguna sepeda di Kota Bandung termasuk dalam kriteria tinggi. Skor tertinggi terletak pada variabel sikap, sementara skor terendah terletak pada variabel norma subjektif.
- 2) Hasil pengujian awal untuk memahami dampak moderasi *social media engagement* pada pengaruh sikap terhadap niat menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat. Lebih jauh, hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa moderasi *social media engagement* memiliki dampak yang positif namun tidak signifikan terhadap pengaruh sikap terhadap niat.
- 3) Hasil pengujian awal untuk memahami dampak moderasi *social media engagement* pada pengaruh norma subjektif terhadap niat menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat. Lebih jauh, hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa moderasi *social media engagement* memiliki dampak yang positif namun tidak signifikan terhadap pengaruh norma subjektif terhadap niat.
- 4) Hasil pengujian awal untuk memahami dampak moderasi *social media engagement* pada pengaruh kontrol perilaku terhadap niat menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat. Lebih jauh, hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa moderasi *social media engagement* memiliki dampak yang positif namun tidak signifikan terhadap pengaruh kontrol perilaku terhadap niat.

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, peneliti mengajukan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang mempromosikan pengoptimalan berpergian dengan sepeda di bawah ini.

- 1) Berdasarkan data yang diperoleh, tingkat *social media engagement* pengendara sepeda di Kota Bandung termasuk dalam kriteria tinggi. Dengan demikian, pemasaran kegiatan bersepeda melalui media sosial merupakan hal yang disarankan. Lebih lanjut, data menunjukkan bahwa meskipun termasuk dalam kriteria tinggi, norma subjektif pengendara sepeda di Kota Bandung mendapatkan skor terendah. Oleh karena itu, usaha promosi yang dilakukan dapat mendorong pengendara sepeda untuk mengajak orang-orang disekitar mereka mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.
- 2) Hasil pengujian awal yang menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara sikap dengan niat memberikan petunjuk bahwa promosi yang dilakukan perlu menciptakan kesadaran di kalangan masyarakat mengenai sisi positif berpergian dengan sepeda, misalnya dengan menyampaikan manfaat bersepeda bagi lingkungan dan kesehatan maupun mengkomunikasikan bahwa bersepeda merupakan kegiatan yang menyenangkan. Selanjutnya, pengujian lebih lanjut menunjukkan bahwa walaupun moderasi *social media engagement* berdampak positif terhadap sikap, dampak tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, walaupun promosi melalui media sosial merupakan hal yang disarankan, media tersebut hendaknya tidak menjadi media utama.
- 3) Hasil pengujian awal yang menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara norma subjektif dengan niat memberikan petunjuk bahwa promosi yang dilakukan perlu mendorong masyarakat untuk mengajak orang-orang disekitar mereka mengoptimalkan berpergian dengan sepeda. Promosi juga dapat dilakukan dengan menempatkan diri pemasar sebagai orang yang dekat dengan konsumen, misalnya dengan menggunakan bahasa yang luwes dan tidak kaku.
- 4) Hasil pengujian awal yang menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara kontrol perilaku dengan niat memberikan petunjuk bahwa promosi yang dilakukan perlu meningkatkan keyakinan masyarakat bahwa

pengoptimalan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang tidak sulit dilakukan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengkomunikasikan fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan bersepeda, memberikan dorongan yang dapat meningkatkan kepercayaan diri masyarakat, maupun memberikan informasi-informasi dan saran yang dapat memudahkan calon pengendara sepeda untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.

Selain saran untuk pihak-pihak yang mempromosikan pengoptimalan berpergian dengan sepeda, terdapat pula beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yang dijabarkan di bawah ini.

- 1) Walaupun hasil pengujian awal menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat, pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa moderasi *social media engagement* tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, pengujian variabel lain yang dapat mempengaruhi sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan niat disarankan untuk mendapatkan cara promosi yang lebih efektif.
- 2) Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* sehingga hasil penelitian ini tidak dapat mewakili keseluruhan populasi. Oleh karena itu, penggunaan metode yang dapat memberikan hasil penelitian yang dapat digeneralisasi disarankan untuk penelitian selanjutnya. Hal ini terutama perlu dilakukan karena temuan dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang berlawanan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa moderasi *social media engagement* berdampak negatif terhadap niat dan mengimplikasikan adanya fenomena *moral licensing*. Minimnya penelitian sejenis maupun teori mengenai *social media engagement* menyebabkan kesulitan untuk membandingkan hasil yang didapat sehingga penelitian lebih lanjut dibutuhkan untuk menambah referensi yang dapat dijadikan acuan.