



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT NO. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Analisis Pengaruh Online Consumer Review Youtube Channel
AutonetMagz Terhadap Minat Beli Mobil Low Cost Green Car**

Skripsi

Oleh

Cyril Adrian Nugroho

6081901240

Bandung

2024



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT NO. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Analisis Pengaruh Online Consumer Review Youtube Channel
AutonetMagz Terhadap Minat Beli Mobil Low Cost Green Car**

Skripsi

Oleh

Cyril Adrian Nugroho

6081901240

Pembimbing

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Cyril Adrian Nugroho
Nomor Pokok : 6081901240
Judul : Analisis Pengaruh Online Consumer Review Youtube Channel
AutonetMagz Terhadap Minat Beli Low Cost Green Car

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 3 Juli 2024
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 

Sekretaris

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

: 

Anggota

Dr. Daniel Karim, S.IP., M.M.

: 

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Cyril Adrian Nugroho

NPM : 6081901240

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Pengaruh Online Consumer Review Youtube Channel AutonetMagz

Terhadap Minat Beli Mobil Low Cost Green Car

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, Juni 2024



Cyril Adrian Nugroho

ABSTRAK

Nama : Cyril Adrian Nugroho
NPM : 6081901240
Judul : Analisis Pengaruh Online Consumer Review Youtube Channel AutonetMagz Terhadap Minat Beli Mobil Low Cost Green Car

Perkembangan media sosial di Indonesia dimanfaatkan banyak pemilik bisnis untuk memasarkan produk, salah satu caranya adalah lewat media sosial Youtube karena pengguna Youtube di Indonesia merupakan keempat terbanyak di dunia. Salah satu strategi pemanfaatan sosial media Youtube yang dilakukan adalah dengan *online consumer review*. Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh *online consumer review* Youtube *channel* AutonetMagz terhadap minat beli mobil *Low Cost Green Car*.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah *online consumer review* pada Youtube *channel* AutonetMagz dapat mempengaruhi minat beli mobil LCGC. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, untuk mendukung penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner menggunakan *google form*. Dari hasil tersebut, peneliti mengolah data menggunakan SPSS untuk menguji adanya hubungan serta pengaruh antar variabel. Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan *subscribers* Youtube *channel* AutonetMagz. Penelitian ini menggunakan teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* yang berupa *purposive sampling*.

Dari hasil uji linearitas, bahwa nilai Sig. pada Deviation from linearity sebesar 0,063 atau > 0.05 . Artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel *online consumer review* dengan variabel minat beli. Dengan kata lain jika AutonetMagz menciptakan konten video *online consumer review* yang semakin baik, maka minat beli terhadap mobil LCGC akan semakin meningkat.

Kata Kunci: Online Consumer Review, Minat Beli

ABSTRACT

Name : Cyril Adrian Nugroho

Student ID : 6081901240

Title : The Effect of Online Consumer Review on AutonetMag YouTube Channel on Low-Cost Green Car Purchase Intention

Many business owners have leveraged the development of social media in Indonesia to market their products. One way is through the social media platform YouTube, as Indonesia has the fourth highest number of YouTube users in the world. One strategy for utilizing YouTube social media is through online consumer reviews. This study investigates the influence of online consumer reviews on the AutonetMagz YouTube channel on the purchase intention of Low-Cost Green Cars (LCGC). This research aims to determine whether online consumer reviews on the AutonetMagz YouTube channel can influence the purchase intention of LCGC cars. This study uses a quantitative research method. To support this research, the researchers distributed questionnaires via Google Forms. The data collected from these questionnaires were processed using SPSS to test for relationships and effects between variables. The population used in this study consists of subscribers to the AutonetMagz YouTube channel. The sampling technique employed in this study is non-probability sampling, specifically purposive sampling.

The results of the linearity test are significant, with the Sig. value for Deviation from Linearity being 0.063, which is greater than 0.05. This indicates a clear linear relationship between the online consumer review variable and the purchase intention variable. In practical terms, this means that by improving the quality of their online consumer review video content, AutonetMagz can effectively increase the purchase intention for LCGC cars.

Keywords: Online Consumer Review, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena karunia dan rahmatnya yang diberikan maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Online Consumer Review Youtube Channel AutonetMagz Terhadap Minat Beli Mobil Low Cost Green Car”. Penulis membuat penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Strata 1 di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam proses penulisan skripsi, banyak ilmu yang didapatkan oleh penulis dari berbagai pihak, baik itu dosen maupun teman-teman, dan penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin menggunakan kesempatan ini untuk menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas karunia dan rahmatnya, sehingga penulis sehat dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Orang tua dan Kedua Kakak penulis yang selalu memberikan dukungan dan memberikan motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi
3. Ibu Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi dengan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama proses skripsi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Adrianus Tirta, SE., M.M. selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis
5. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh program Sarjana di Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
6. Willsean Prasetyo, Benedictus Adriel, Riandra Alif, dan Nico Yanuardi, sebagai teman dekat yang selalu memberikan motivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi
7. Seluruh keluarga, saudara, dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Objek Penelitian	8
BAB 2	14
KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI	14
2.1 Teori dan Konsep	14
2.1.1 <i>Online consumer Review</i>	14
2.1.2 Media Sosial	18
2.1.3 Minat Beli	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.2.1 Kerangka Pemikiran	24
2.3 Metodologi Penelitian	24
2.3.1 Sumber data	25
2.3.2 Teknik Pengumpulan Data	25
2.3.3 Populasi dan Sampel	26
2.4 Batasan Penelitian	28

2.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	28
2.5.1 Analisis Deskriptif	28
2.5.2 Analisis Mean <i>Score</i>	29
2.5.3 Uji Validitas.....	30
2.5.4 Uji Reliabilitas.....	31
2.6 Uji Asumsi Klasik	32
2.6.1 Uji Normalitas	32
2.6.2 Uji Linearitas	32
2.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	33
2.6.4 Koefisien Determinasi	33
2.6.5 Uji Parsial (Uji T).....	34
2.7 Tabel Operasional Variabel.....	34
BAB 3	36
HASIL DAN TEMUAN	36
3.1 Karakteristik Responden	36
3.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	36
3.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
3.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	37
3.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
3.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	39
3.2 Analisis Deskriptif.....	40
3.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Online Consumer Review</i> (X).....	40
3.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)	58
3.3 Overall Mean Score.....	66
3.4 Uji Validitas	70
3.5 Uji Reliabilitas.....	74
3.6 Uji Asumsi Klasik	75
3.6.1 Uji Normalitas	75
3.6.2 Uji linearitas	76
3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	77
3.6.4 Koefisien Determinasi	78

3.6.5 Uji Parsial (Uji T).....	79
3.7 Temuan.....	79
BAB 4	82
PENUTUP	82
4.1 Kesimpulan.....	82
4.1.1 Tanggapan Responden.....	83
4.2 Rekomendasi.....	84
4.2.1 Rekomendasi Akademik.....	84
4.2.2 Rekomendasi Praktis	85
4.3 Implikasi.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	22
Tabel 2.2.....	30
Tabel 2.3.....	34
Tabel 3.1.....	36
Tabel 3.2.....	37
Tabel 3.3.....	38
Tabel 3.4.....	39
Tabel 3.5.....	39
Tabel 3.6.....	40
Tabel 3.7.....	41
Tabel 3.8.....	43
Tabel 3.9.....	45
Tabel 3.10.....	46
Tabel 3.11.....	48
Tabel 3.12.....	50
Tabel 3.13.....	52
Tabel 3.14.....	53
Tabel 3.15.....	55
Tabel 3.16.....	58
Tabel 3.17.....	58
Tabel 3.18.....	59
Tabel 3.19.....	60
Tabel 3.20.....	61
Tabel 3.21.....	62
Tabel 3.22.....	64
Tabel 3.23.....	65
Tabel 3.24.....	68
Tabel 3.25.....	70
Tabel 3.26.....	73
Tabel 3.27.....	74
Tabel 3.28.....	75
Tabel 3.29.....	76
Tabel 3.30.....	77
Tabel 3.31.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	3
Gambar 1.3	6
Gambar 1.4	9
Gambar 1.5	10
Gambar 1.6	10
Gambar 1.7	11
Gambar 1.8	12
Gambar 1.9	12
Gambar 1.10	13
Gambar 3.1	45
Gambar 3.2	48
Gambar 3.3	51
Gambar 3.4	55
Gambar 3.5	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	93
Lampiran 2	98
Lampiran 3	114
Lampiran 4	115
Lampiran 5	115
Lampiran 6	116
Lampiran 7	117

BAB 1

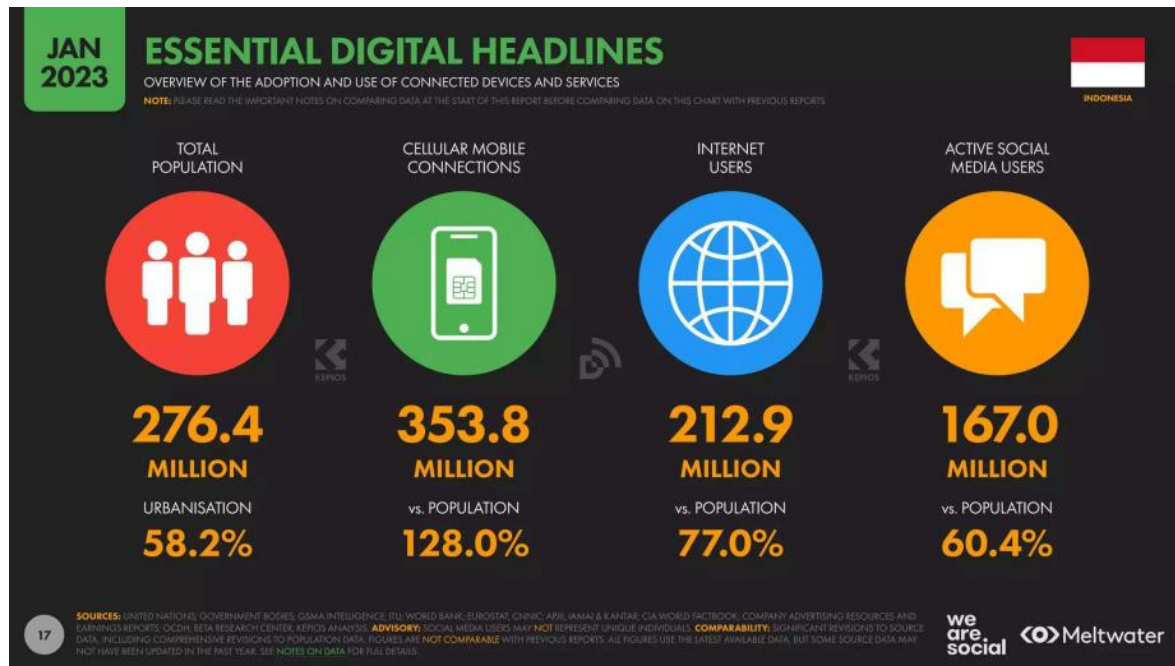
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri otomotif di Indonesia semakin berkembang setiap tahunnya. Berdasarkan data dari ASEAN *Automotive Federation* (AAF, 2023) penjualan mobil di Indonesia tercatat sepanjang Januari sampai Juni 2023 mencapai 505.985 unit, naik 6,5 persen dibanding periode tahun sebelumnya. Angka tersebut tertinggi di antara negara-negara di ASEAN. Salah satu jenis mobil yang penjualannya melonjak signifikan di Indonesia pada tahun 2023 adalah jenis mobil LCGC (*Low Cost Green Car*). LCGC merupakan sebuah program yang diatur oleh pemerintah mengenai kendaraan mobil dengan harga yang ekonomis dan ramah lingkungan (Auto2000 Digiroom, 2022). Mobil jenis ini dirancang untuk segmen *low end* karena kisaran harganya 90 juta - 120 juta (Bernard E.Silaban, 2018). Menurut data dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), mobil LCGC memiliki *market share* mencapai 20,3 persen terhadap total pasar kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia (Gaikindo, 2023).

Naiknya penjualan mobil LCGC di Indonesia tidak terlepas dari banyaknya perusahaan produsen mobil yang memanfaatkan media sosial yang *booming* seperti *Youtube*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter* sebagai promosi produk-produk baru maupun yang sudah beredar (Arum Wahyuni, 2017). Media sosial menurut Kotler & Keller (2016) merupakan sebuah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dengan perusahaan dan sebaliknya.

Di Indonesia sendiri pengguna media sosial merupakan salah satu yang tertinggi di dunia. Menurut laporan dari *We Are Social* (*We Are Social*, 2023) jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber : We Are Social, 2023

Jumlah tersebut setara dengan 60.4% dari populasi di Indonesia. Salah satu media sosial yang sedang mengalami perkembangan pesat di Indonesia adalah *Youtube*. *Youtube* pertama kali diluncurkan pada tahun 2005 dan merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa ‘gambar bergerak’. Berdasarkan riset dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, *Youtube* merupakan *platform* media sosial yang popularitasnya menempati peringkat kedua setelah *facebook*. ada 2,51 miliar pengguna *YouTube* di seluruh dunia pada Januari 2023. Indonesia berada di peringkat ke 4 dengan jumlah pengguna *Youtube* mencapai 139 juta pengguna (*We Are Social & Hootsuite*, 2023). Gambar dibawah ini merupakan 10 Negara dengan jumlah pengguna *YouTube* terbanyak di dunia per Januari 2023.



Gambar 1.2 Jumlah Negara Pengguna *Youtube* Terbanyak di Dunia (Januari 2023)

Sumber : (<https://databoks.katadata.co.id/>) diakses pada tanggal 10 Oktober 2023

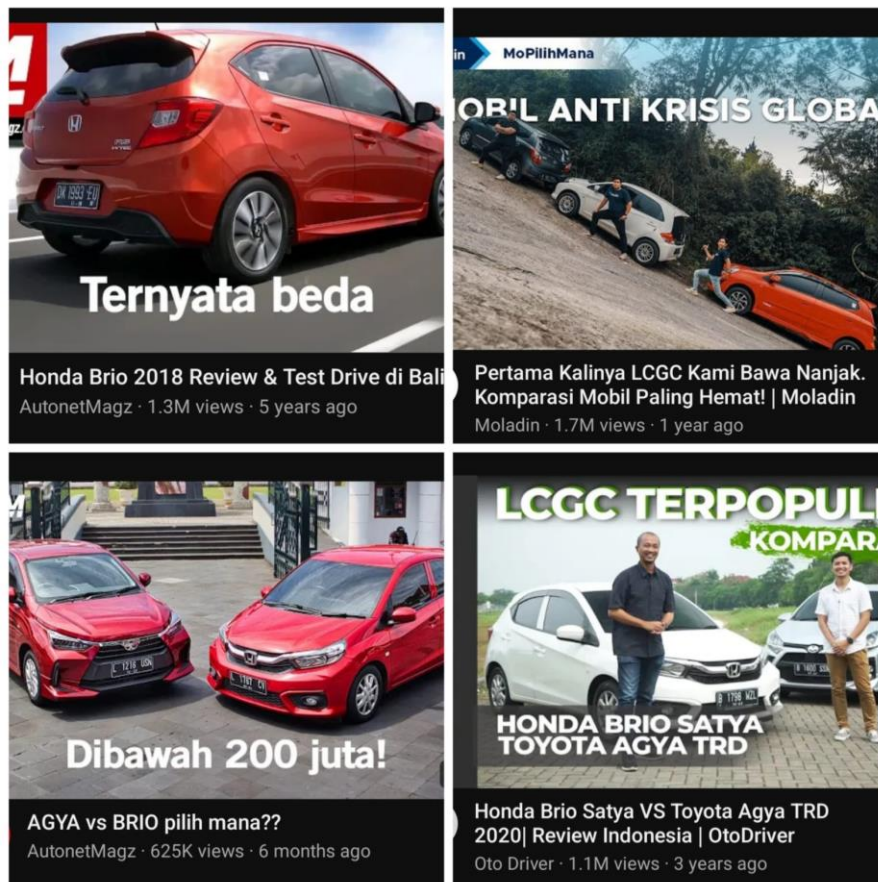
Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis dalam rencananya untuk menjangkau konsumen (Hasan & Sohail, 2020). Namun menurut Evi, Vonny & Rina (2021), perusahaan perlu membangun hubungan yang lebih dalam secara emosional daripada sekedar memasarkan produknya lewat tulisan. Pemasaran lewat video dapat menciptakan keterkaitan emosional lebih baik dibandingkan teks maupun gambar. Merujuk kepada Jim Joseph, Cohn & Wolf, pemasaran lewat video menjadikan *Youtube* menjadi media sosial yang memenuhi kebutuhan informasi. Sama seperti televisi, konten-konten di *Youtube* terangkum dalam suatu saluran (*channel*). Tema yang ditawarkan setiap *channel youtube* berbeda jenisnya seperti musik, kuliner, film, humor, olahraga, dan otomotif. Salah satu tema yang banyak sekali peminatnya di Indonesia ialah otomotif. Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis pada 8 Oktober 2023, diketahui ada 3 *channel Youtube* yang bertemakan otomotif dan memiliki penonton dan pelanggan (*Subscribers*) yang tinggi., antara lain AutonetMagz dengan

1.38 juta *Subscribers* dengan total penonton 409 Juta, Oto Driver dengan 1.4 Juta *Subscribers* dengan total penonton 358 juta, dan *channel* yang terakhir Carmudi Indonesia dengan 666,000 *subscriber* dengan total penonton 205 juta. *Channel* yang bertemakan otomotif berisikan ulasan atau *review* mengenai kelebihan dan kekurangan suatu mobil maupun motor yang dipasarkan di Indonesia (Muhamad Naufal, 2018).

Persaingan industri otomotif khususnya mobil di Indonesia yang semakin ketat membuat sebagian masyarakat khususnya pecinta otomotif membutuhkan informasi maupun referensi mengenai spesifikasi mobil yang dibutuhkan agar sesuai dengan kondisi finansialnya. Konten *online consumer review* di *Youtube channel* otomotif dapat menjadi solusi, karena *review* produk dilakukan oleh orang yang memiliki wawasan. Menurut Almana & Mirza (2013) *online consumer review* merupakan sebuah bentuk dari *electronic word of mouth* (e-WOM). E-WOM yang dibuat oleh pengguna media sosial secara signifikan mempengaruhi sikap konsumen dan minat membeli suatu produk (Kudeshia & Kumar, 2017). Salah satu *Youtube channel* yang aktif memanfaatkan *online consumer review* adalah AutonetMagz.

AutonetMagz merupakan sebuah *Youtube channel* yang didirikan oleh Ridwan Hanif dan Iswahyudi Hanafiah. *Channel* ini berdiri sejak 19 februari 2013 dan masih aktif melakukan *online consumer review* mengenai mobil maupun motor sampai sekarang. Konten *online consumer review* dari AutonetMagz seperti *review test drive*, *review* komparasi mobil/motor, dan *review* mobil/motor yang baru dibeli oleh *reviewer/host*. Tidak jarang juga beberapa tim *public relation* maupun tim *marketing* dari sebuah produsen mobil maupun motor meminjamkan produk mereka ke AutonetMagz dengan rentang waktu seminggu sampai 3 bulan. *Review* yang dilakukan AutonetMagz tidak hanya di platform *Youtube* saja, tersedia juga sebuah *website* yang membahas berita-berita mengenai otomotif dari dalam dan luar negeri. Jumlah *subscribers* AutonetMagz yang

tidak sedikit merupakan sebuah gambaran bahwa *channel* ini mendapatkan kepercayaan dari banyak orang. Menurut observasi penulis sebagai penonton *channel* AutonetMagz merasa *reviewer* bisa memposisikan dirinya dari *point of view* (POV) konsumen, lalu data yang disampaikan *host* selalu aktual dan *up to date*, dan seluruh *host* di AutonetMagz punya ciri khas masing-masing yang membuat penonton tidak mudah bosan. Jenis-jenis mobil yang di *review* oleh AutonetMagz berbagai macam ragamnya mulai dari *Sport Utility Vehicle* (SUV), *Low Multi Purpose Vehicle* (LMPV), dan *Low Cost Green Car* (LCGC) dan masih banyak lagi. Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan salah satu *host* atau *reviewer* otomotif di *channel* AutonetMagz Bagas Satrio Nugroho diperoleh bahwa konten-konten *online review* mobil di *channel* AutonetMagz yang membahas tipe mobil *Low Cost Green Car* (LCGC) selalu ramai yang berkomentar dan *views* kontennya mayoritas lebih dari 100 ribu. Menurut Bagas alasannya karena mobil tipe LCGC murah dan terjangkau masyarakat luas. Selain itu semakin maraknya perilaku konsumen yang melihat *review* sebuah produk sebelum membeli, menambah peminat konten *review* LCGC yang dibuat AutonetMagz karena harga produknya yang tidak murah memunculkan keinginan untuk mengurangi resiko penyesalan setelah membeli produk yang ternyata tidak sesuai dengan ekspektasinya. Gambar dibawah merupakan beberapa konten-konten video mengenai mobil LCGC yang ada di beberapa Youtube *channel* otomotif di Indonesia



Gambar 1.3 konten-konten video mengenai mobil LCGC yang ada di beberapa *Youtube channel* otomotif di Indonesia

Sumber : (<https://www.youtube.com/>) diakses pada tanggal 10 Oktober 2023

Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa terdapat 3 *channel Youtube* yaitu AutonetMagz dengan jumlah *subscribers* 1.38 juta (pada tanggal 18 oktober 2023) , Oto Driver dengan *subscribers* 1.4 juta (pada tanggal 18 oktober 2023), dan Moladin dengan jumlah *subscribers* 227 ribu (pada tanggal 18 oktober 2023) yang sama-sama membahas mobil tipe LCGC. Keempat *video* tersebut memiliki jumlah penonton atau *viewers* yang lebih dari 500 ribu, jumlah ini semakin memperkuat pendapat Bagas bahwa mobil tipe LCGC memang menjangkau masyarakat luas. Bahkan *channel* yang memiliki *subscribers* paling sedikit diantara ketiga *channel youtube* di gambar atas yaitu Moladin mendapatkan 1.7 juta *views*.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti “pengaruh *online consumer review Youtube channel* AutonetMagz terhadap minat beli *Low Cost Green Car*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan peneliti, rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Pengaruh *Online Consumer Review Youtube channel* AutonetMagz terhadap minat beli (*purchase intention*) mobil *Low Cost Green Car*”

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *online consumer review Youtube channel* AutonetMagz terhadap minat beli (*purchase intention*) mobil *Low Cost Green Car*

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat untuk :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai dampak dari *online consumer review* terhadap minat beli konsumen, khususnya terkait jenis mobil *Low Cost Green Car*

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat menjadi bahan referensi bagi para pembaca yang melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *online consumer review* terhadap minat beli

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu *Youtube channel* AutonetMagz sebagai salah satu *reviewer* otomotif dalam penyusunan konten kedepannya

1.5 Objek Penelitian

AutonetMagz merupakan media otomotif yang membuat konten secara reguler mengenai *online consumer review* mobil maupun motor di *Youtube*. *Channel* tersebut membahas berita khusus seputar otomotif di Indonesia maupun di luar negeri. AutonetMagz didirikan oleh Ridwan Hanif dan Iswahyudi Hanafia pada tanggal 19 februari 2013 dengan konten *youtube* pertama yang di *upload* “Motor Honda Zoomer X Indonesia *review & test*”. Sudah 10 tahun AutonetMagz berjalan, saat penelitian ini dilakukan, yaitu 20 oktober 2023, jumlah *subscribers* AutonetMagz sudah mencapai 1.38 juta, ditonton sebanyak 409 juta kali. *Reviewer* (pengulas) yang ada di AutonetMagz sudah mendapatkan kepercayaan dari para Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) mobil maupun motor yang berada di Indonesia maupun luar Indonesia. Kepercayaan dari para ATPM yang membuat AutonetMagz dapat mengembangkan konten-konten di *Youtube* dan *me-review* mobil maupun motor yang belum dirilis ke publik. Salah satu bukti bentuk kepercayaan dari para ATPM yaitu tim AutonetMagz pernah diundang langsung oleh Subaru Corporation untuk mengunjungi pabriknya di kota Gunma, Jepang. Tim AutonetMagz diberikan kesempatan untuk melihat tahapan produksi pengembangan *Battery Electric Vehicles* (BEV). Pabrik tersebut diberi nama Oizumi.



Gambar 1.4 Pabrik Oizumi

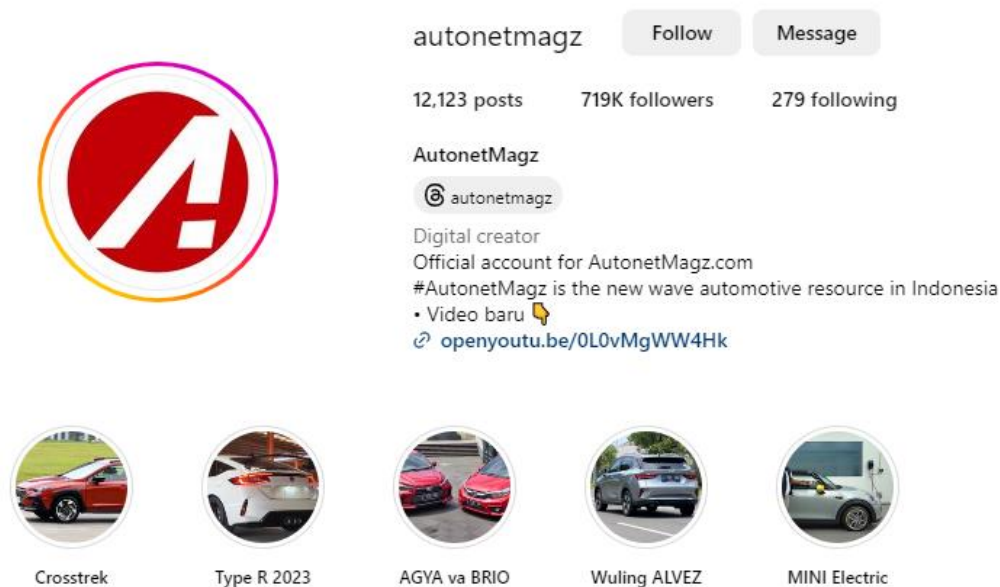
Sumber : (www.autonetmagz.com) diakses pada tanggal 15 Desember 2023

Selain membuat rutin membuat konten di *Youtube*, AutonetMagz juga aktif menulis artikel yang membahas otomotif di *website* (www.autonetmagz.com) serta aktif di media sosial Instagram serta Tiktok untuk menyebarkan kegiatan tim AutonetMagz setiap harinya serta klip-klip dari konten video *Youtube* mereka.



Gambar 1.5 Website AutonetMagz

Sumber : (www.autonetmagz.com) diakses pada tanggal 15 Desember 2023



Gambar 1.6 Instagram AutonetMagz

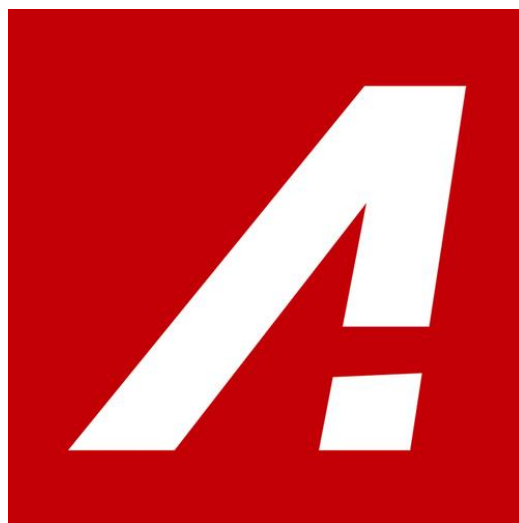
Sumber : (<https://www.instagram.com/autonetmagz/?hl=en>) diakses pada tanggal 15 Desember

2023

Salah satu video *online consumer review* yang ramai ditonton menurut salah satu *host* AutonetMagz Bagas Satrio Nugroho adalah mobil *Low Cost Green Car*. Dapat dilihat pada gambar 1.3 bahwa tidak hanya *Youtube channel* AutonetMagz, namun *channel* lain seperti Moladin dan Otodriver yang membahas tipe mobil LCGC terbukti ramai ditonton.

Low Cost Green Car (LCGC) merupakan sebuah proyek mobil murah yang dicanangkan oleh Pemerintah Pusat (Abdan Ghani, 2018). Proyek ini bertujuan untuk memberikan pilihan bagi masyarakat yang ingin memiliki kendaraan pribadi namun terkendala masalah finansial. Karena harganya murah dan irit bahan bakar, penjualan mobil tipe LCGC meningkat 34 persen pada awal tahun 2023 dan memiliki *marketshare* 20,3 persen terhadap total pasar kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia (Gaikindo,2023). Melihat meningkatnya penjualan tipe mobil LCGC, menarik untuk diteliti lebih lanjut mengenai apakah ada keterkaitan dengan konten video *online consumer review* yang dilakukan *Youtube* AutonetMagz mengenai mobil LCGC.

Gambar 1.7 Logo AutonetMagz



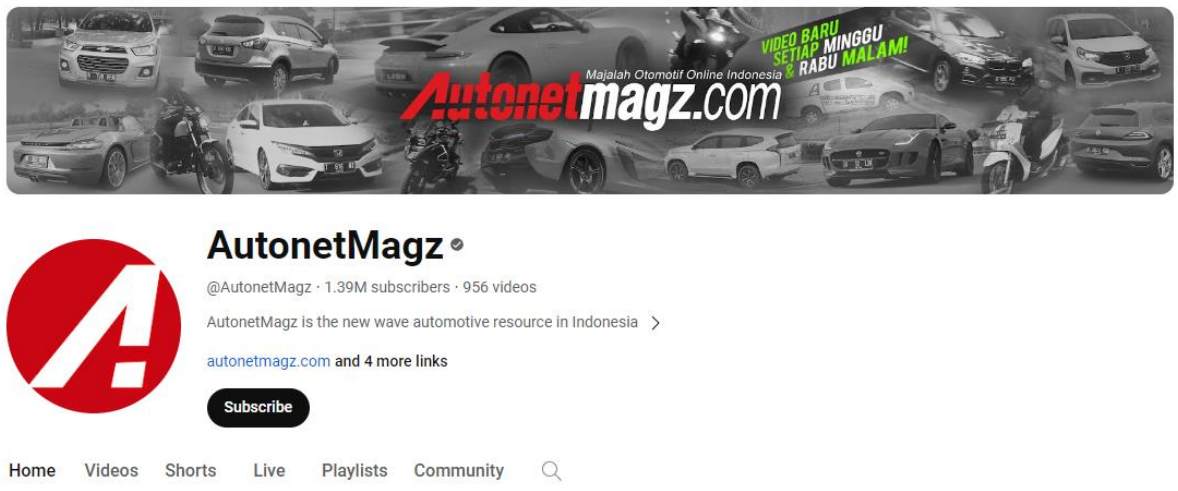
Sumber : (www.autonetmagz.com) diakses pada tanggal 17 November 2023

Gambar 1.8 Ridwan Hanif, pendiri AutonetMagz



Sumber : (www.Twitter.com) diakses pada tanggal 17 November 2023

Gambar 1.9 Halaman *channel* Youtube AutonetMagz



Sumber : (<https://www.youtube.com/@AutonetMagz/about>) diakses pada tanggal 17 November

2023

Gambar 1.10 Konten-konten di AutonetMagz

Latest Popular Oldest



TOYOTA RAIZE: Cuma 200 Jutaan, Fitur Rasa 500 Jutaan
4.8M views · 2 years ago



Toyota Voxy Review & Test Drive by AutonetMagz
4.2M views · 5 years ago



Toyota Rush 2018 TRD Sportivo First Impression Review
3.6M views · 5 years ago



Toyota Alphard Facelift 2018 First Impression Review by AutonetMagz
3.5M views · 5 years ago



Toyota Rush 2018 Review & Test Drive by AutonetMagz.com
3.1M views · 5 years ago



Yamaha NMAX Baru 2020
3.1M views · 3 years ago



Toyota Calya Review by AutonetMagz
2.9M views · 7 years ago



Plus minus HONDA CITY Hatchback
2.9M views · 2 years ago

Sumber : (<https://www.youtube.com/@AutonetMagz/about>) diakses pada tanggal 17 November

2023