

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. *Content Marketing* berpengaruh terhadap *Customer Intention* dengan demikian strategi pemasaran konten yang dilakukan erigo berhasil menarik minat beli konsumen di social media tiktok..
2. *E-Promotion* tidak berpengaruh terhadap *Customer Intention* promosi melalui social media pada produk Erigo belum maksimal sehingga promosi online yang dilakukan belum mampu menarik konsumen. Kemajuan media berbasis web untuk melakukan promosi online tidak berdampak signifikan terhadap minat membeli.
3. *Content Marketing* berpengaruh terhadap *E-WOM* produk Erigo. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa *Content Marketing* berpengaruh terhadap *E-WOM* produk Erigo.
4. *E-Promotion* berpengaruh terhadap *E-WOM* produk Erigo.
5. *E-WOM* berpengaruh terhadap *Customer Intention* produk Erigo. Hal ini dikarenakan Peran *E-WOM* adalah untuk mendorong konsumen untuk mengekspos data mereka di social media, jadi dengan konsumen mengekspos hal hal positif di social media maka akan menarik konsumen lain untuk berminat membeli produk.

5.2 Saran

Saran secara garis besar yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian melalui uji hipotesis, maka peneliti memberikan saran yaitu agar Erigo Store dapat meningkatkan minat konsumen dengan

meningkatkan promosi secara online di media social dan pelaku bisnis dapat memberikan edukasi dan informasi yang menarik atas eksistensi dari produk Erigo melalui promosi di media social.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan data awal untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menambah variabel variable lain dan lebih spesifikasi dalam ruang lingkup penelitian. Penelitian ini mengkaji niat pelanggan untuk membeli produk hanya melalui Sosial media tiktok, diharapkan penelitian selanjutnya melakukan penelitian selanjutnya di platrform media social lainnya yang sedang trend di masa mendatang.