

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisi data beserta pembahasan yang telah dipaparkan, penulis menyimpulkan hasil dari penelitian ini adalah:

1. *Content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer engagement*
2. *Customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*
3. *Content marketing* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *purchase intention*
4. *Content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* melalui *customer engagement*

5.2 Saran

1. Meneruskan atau memulai penggunaan *content marketing* sebagai upaya untuk mempertahankan atau meningkatkan *customer engagement*.
2. Meningkatkan kreatifitas dalam membuat *content marketing*. Semakin unik, memiliki aspek emosional, dan menghiburnya suatu *content marketing* dapat terus mempertahankan atau meningkatkan *customer engagement* dan selanjutnya merangsang *purchase intention* konsumen.
3. Informasi yang disampaikan melalui *content marketing* harus informatif dan disampaikan dengan efektif.