

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software SmartPLS* 3.0 dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa sebagian besar dari hipotesis adalah diterima, atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Simpulan yang dapat diambil dari hasil analisis adalah :

1. *Content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer engagement*.
2. *Content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social media marketing*.
3. *Event marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer engagement*.
4. *Event marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social media marketing*.
5. *Customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social media marketing*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan penelitian, maka penulis memberikan saran yaitu :

1. *Content Marketing*
Variabel *content marketing* indikator “relevansi” dipertahankan. Sedangkan indikator “mudah ditemukan” diperbaiki melalui konten IIB Darmajaya mudah ditemukan dengan info yang tidak sekedar *up to date/viral* tapi juga akurat.

2. *Event Marketing*

Variabel *event marketing* indikator “*excitement*” dipertahankan. Sedangkan pernyataan lima dalam indikator “*excitement*” diperbaiki melalui kegiatan untuk merasakan kebahagiaan, kepuasan dan kesenangan.

3. *Customer Engagement*

Variabel *customer engagement* indikator “*enthusiasm*” dipertahankan. Sedangkan indikator “*attention*” diperbaiki melalui memperhatikan iklan (*media online*) agar dapat diterima oleh calon mahasiswa IIB Darmajaya.

4. *Social Media Marketing*

Variable *social media marketing* indikator “*Accesbility*” dipertahankan. Sedangkan indikator “*Interaction*” diperbaiki agar calon mahasiswa IIB Darmajaya mudah mendapatkan informasi yang diinginkan.