

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *content marketing* terhadap minat beli konsumen pada produk The Originote melalui *electronic word of mouth*, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Content marketing* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk The Originote
2. *Content marketing* berpengaruh terhadap *electronic word of mouth* pada produk The Originote
3. *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk The Originote
4. *Content marketing* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk The Originote melalui *electronic word of mouth*

5.2 Saran

5.1.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik The Originote, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menyarankan kepada The Originote, mempertahankan membuat konten The Originote *diupdate* dibuat sesuai dengan target audiens di TikTok, dan memilih font yang menarik sehingga membuat konsumen tertarik melihat konten tersebut, yang akan berdampak pada peningkatan minat beli konsumen
2. Menyarankan kepada The Originote, untuk memberikan informasi terakti varian produk kepada konsumen, serta merespon dengan cepat jika terjadi permasalahann terkait produk

The Originote, hal tersebut akan memberikan dampak positif pada ulasan konsumen sehingga minat beli konsumen meningkat.

5.1.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh content marketing terhadap minat beli konsumen pada produk The Originote melalui *electronic word of mouth*. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur dengan variabel lain diluar penelitian dan menambah jumlah sampel |