BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pengujian hipotesis tentang “Analisis *User Experience* dan *Digital Content Attraction* pada terhadap *Customer Purchase Intention* pada Instagram @bara.lpg didapat simpulan sebagai berikut:

1. *User Experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Purchase Intention* pada Instagram @bara.lpg
2. *Digital Content Attraction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer purchase intention* pada Instagram @bara.lpg
3. *User Experience* dan *Digital Content Attraction* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Purchase Intention* pada Instagram @bara.lpg.

5.2. Saran

1. Meningkatkan keunikan Konten Digital

Berdasarkan data yang diperoleh pada Bab 4, mayoritas menganggap konten pada Instagram @bara.lpg memiliki manfaat yang relevan dengan kebutuhan mereka. Namun, konten yang dibagikan masih memiliki kekurangan dalam hal keunikan.

2. Mempromosikan ketersediaan layanan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden memiliki niat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan bara *crative* studio, oleh karena itu, rekomendasi yang dapat diberikan adalah bara *creative* studio dapat lebih mengoptimalkan promosi mengenai ketersediaan layanan mereka, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan keyakinan pengguna terhadap layanan mereka.

3. Menjaga kualitas layanan

Bara *creative* studio disarankan untuk senantiasa menjaga kualitas layanan mereka, sehingga dapat mempertahankan kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan.