

## **BAB 5**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Simpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara konten marketing dan minat beli pada Instagram *Stories* @burgerbangortasikmalaya di kota Tasikmalaya. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disediakan oleh @burgerbangortasikmalaya secara positif mempengaruhi minat beli konsumen. Setiap penambahan 1% nilai konten marketing, maka nilai minat beli akan bertambah sebesar 0,629.
2. Pengaruh konten marketing terhadap minat beli pada Instagram *Stories* @burgerbangortasikmalaya cukup besar, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 68%. Artinya, sekitar 68% variabilitas dalam konten marketing dapat disatukan oleh variabilitas dalam minat beli yang digunakan oleh Burger Bangor Tasikmalaya

#### **5.2 Implikasi**

Implikasi penelitian yang dapat ditarik dari penelitian ini disimpulkan sebagai berikut:

1. Burger Bangor Tasikmalaya perlu memperhatikan konten marketing yang diberikan kepada konsumen. Hal ini akan berdampak positif terhadap tingkat minat beli di @burgerbangortasikmalaya. Dengan meningkatkan kualitas konten marketing, Burger Bangor Tasikmalaya juga dapat meningkatkan minat beli konsumen.
2. Penting bagi Burger Bangor Tasikmalaya untuk fokus pada faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap konten marketing yaitu Konsisten dan Mudah Dipahami. Dengan mengupload konten yang konsisten dan mudah dipahami konsumen akan lebih tertarik lagi dalam melihat konten dari @burgerbangortasikmalaya yang nantinya akan

menambah nilai minat beli di Burger Bangor Siliwangi Tasikmalaya. Dalam hal ini Burger Bangor Tasikmalaya harus melakukan evaluasi dalam aspek ini.

3. Aspek Minat Eksploratif perlu diperhatikan dengan serius oleh Burger Bangor Tasikmalaya. Meskipun penilaian terhadap dimensi ini relatif tinggi namun, perusahaan perlu meningkatkan pada aspek ini dengan meningkatkan aspek ini, konsumen akan makin banyak mencari informasi lebih mengenai Burger Bangor Tasikmalaya dan dengan lebih banyak mencari informasi mengenai Burger Bangor Tasikmalaya dapat meningkatkan minat beli para konsumen.

Dengan memperhatikan implikasi dari penelitian ini, Burger Bangor Tasikmalaya dapat meningkatkan konten marketing pada Instagram terkhususnya Instagram *Stories*. Perusahaan harus terus memberikan kualitas konten marketing yang konsisten dan mudah ditemukan. Selain itu, juga perusahaan juga harus terus melakukan perbaikan yang diperlukan guna meningkatkan minat beli pada konsumen di Burger Bangor Tasikmalaya.

### **5.3 Rekomendasi**

Dengan mengacu pada temuan dan simpulan yang telah diungkapkan dalam penelitian ini, berikut beberapa saran untuk penelitian yang mungkin dilakukan:

1. Melakukan penelitian lebih lanjut dengan melibatkan sample yang lebih besar dan variasi yang lebih luas. Dalam penelitian ini, pengambilan data dilakukan di Kota Tasikmalaya. Oleh karena itu, direkomendasikan untuk memperluas wilayah cakupan penelitian sampai ke kota-kota lain atau wilayah yang lebih luas guna mendapatkan gambaran yang lebih representatif tentang konten marketing terhadap minat beli di Burger Bangor Tasikmalaya.
2. Menganalisis faktor-faktor lain yang mampu berpotensi memengaruhi konten marketing selain dari variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Meskipun penelitian ini menemukan pengaruh yang signifikan antara konten marketing dan minat beli, terdapat 32% variabel

lain yang tidak diteliti, oleh karena itu direkomendasikan untuk memperluas lingkup penelitian untuk memasukkan variabel-variabel tambahan yang mungkin memengaruhi konten marketing seperti faktor sosial, budaya, maupun demografis.

3. Meningkatkan metode pengukuran dan penilaian konten marketing dan minat beli. Dalam penelitian ini, penilaian ini berdasarkan tanggapan responden terhadap kuesioner. Namun ada kemungkinan adanya bias subjektif dalam penelitian tersebut. Direkomendasikan untuk menggunakan metode-metode pengukuran yang lebih objektif, seperti pengamatan langsung atau analisis data pada konsumen, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konten marketing dan minat beli.

4. Melakukan penelitian longitudinal untuk memantau perubahan dalam konten marketing dan minat beli seiring waktu. Penggunaan metode longitudinal dapat membantu untuk melihat trend an pola perilaku pengguna serta mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memengaruhi perubahan dalam minat beli dari waktu ke waktu. Hal ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi Burger Bangor Tasikmalaya dalam meningkatkan konten marketing mereka secara berkelanjutan.

5. Melakukan penelitian perbandingan dengan Burger Bangor cabang di daerah lain maupun Burger Bangor Pusat ataupun pesaing di industri yang sama. Penelitian perbandingan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konten Marketing Burger Bangor Tasikmalaya dengan konten Marketing Burger Bangor cabang lain maupun pesaing di industri yang sama. Dengan membandingkan konten Marketing dan minat beli antara cabang Burger Bangor maupun industri yang sama, Burger Bangor Tasikmalaya dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan Burger Bangor Tasikmalaya serta mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas konten yang mereka upload.

6. Melakukan penelitian lain variabel lain selain promosi mungkin berpengaruh terhadap minat beli di Burger Bangor Tasikmalaya, seperti yang tercantum dalam kerangka pemikiran seperti baruan pemasaran

(Produk, Harga, Tempat). Peneliti tidak mengambil variabel tersebut dikarenakan variabel tersebut tidak sesuai dengan program studi yang peneliti ambil, maka dari itu peneliti tidak meneliti pada bagian lain baruan pemasaran selain promosi.

Dengan melaksanakan rekomendasi-rekomendasi penelitian ini, dapat diharapkan penelitian yang lebih komprehensif dan mendalam tentang pengaruh *Konten Marketing* terhadap *Minat Beli* pada Burger Bangor Tasikmalaya. Hal ini akan memberikan wawasan yang lebih jelas dan berguna bagi Burger Bangor Tasikmalaya dalam meningkatkan kualitas konten Marketing mereka dan meningkatkan minat beli konsumen serta menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri makanan.