

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Simpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian dan pembahasan terkait pengaruh *content marketing* Instagram terhadap keputusan pembelian pada usaha Magobox sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *content marketing* Instagram di Magobox masuk ke dalam kategori buruk yang artinya *content marketing* yang dilakukan oleh Magobox masih buruk dan perlu diperbaiki. Kemudian gambaran variabel keputusan pembelian masuk ke dalam kategori buruk juga. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengolahan data. Strategi *content marketing* memiliki tujuan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan yang nantinya konten tersebut akan memengaruhi konsumen pada keputusan pembelian yang artinya *content marketing* yang baik akan berdampak baik untuk usaha Magobox.
2. *Content marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada usaha Magobox. Artinya, apabila *content marketing* meningkat maka keputusan pembelian usaha Magobox akan mengalami peningkatan. Sebaliknya apabila *content marketing* menurun maka keputusan pembelian pun akan menurun. Maka keputusan pembelian pada usaha Magobox dapat ditingkatkan melalui *content marketing* terutama pada indikator yang relatif tinggi, yaitu mudah dipahami.

5.2 Implikasi

Implikasi penelitian terkait pengaruh *content marketing* Instagram terhadap keputusan pembelian pada usaha Magobox yaitu *content marketing* dalam penelitian ini berada dalam kategori buruk dengan dimensi yang memiliki persentase tertinggi terdapat pada dimensi *life factors* dan indikator yang memperoleh persentase tertinggi adalah indikator mudah dipahami. *Content marketing* yang masuk kategori baik akan berimplikasi pada baiknya tingkat keputusan pembelian konsumen. *Content marketing* pada usaha Magobox masuk dalam kategori buruh maka *content marketing* Magobox perlu ditingkatkan agar keputusan pembelian usaha Magobox juga dapat meningkat. Oleh karena itu,

Magobox perlu mempertahankan indikator mudah dipahami agar tingkat keputusan pembelian tidak menurun. Selain itu, terdapat indikator dari *content marketing* yang perlu ditingkatkan yaitu relevan. Hal ini bertujuan agar keputusan pembelian pada usaha Magobox juga dapat meningkat.

5.3 Saran

Beberapa saran yang dapat diajukan dalam meningkatkan pengaruh *content marketing* Instagram terhadap keputusan pembelian pada usaha Magobox adalah sebagai berikut:

1. Bagi Usaha Magobox

Upaya meningkatkan keputusan pembelian usaha Magobox dapat dilakukan melalui *content marketing* yang dilakukan dengan peningkatan dimensi-dimensi pada *content marketing* terutama pada indikator mudah dipahami. Upaya peningkatan ini dapat dilakukan melalui pembuatan konten yang menarik dan dapat dengan mudah dipahami sehingga audiens yang memahami isi konten dapat tertarik pada topik atau produk dalam konten dan tertarik untuk membagikannya kepada orang lain.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan meneliti lebih rinci variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian selain *content marketing*. Adapun rekomendasi variabel lain yang dapat diteliti selanjutnya antara lain yaitu *brand image*, *E-WoM*, *green marketing*, *influencer marketing*, dan lain sebagainya.