

## BAB V

### Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

#### 5.1 Simpulan

Simpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini dalam menganalisis pengaruh *content marketing* terhadap *customer engagement* pada media sosial Instagram @haynahijab, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini terkait pengaruh *content marketing* terhadap *customer engagement* pada akun Instagram @haynahijab, dapat dinyatakan bahwa *content marketing* memiliki pengaruh positif terhadap *customer engagement* @haynahijab.
2. Tingkat pengaruh *content marketing* terhadap *customer engagement* akun Instagram @haynahijab adalah sebesar 61,4% dimana 38,6% lainnya dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan penelitian ini, strategi Haynahijab dalam menerapkan *content marketing* memiliki peran penting dalam meningkatkan *customer engagement*. Melalui konten menarik, informatif, dan konsisten, serta ditargetkan kepada audiens yang tepat, Haynahijab dapat membangun hubungan emosional dengan konsumen Haynahijab sehingga memotivasi konsumen untuk berpartisipasi aktif dalam konten konten yang di-post pada akun Instagram @haynahijab.

#### 5.2 Implikasi

Implikasi penelitian yang dapat ditarik dari penelitian ini yang menganalisis pengaruh *Content Marketing* terhadap *Customer Engagement* pada akun Instagram @haynahijab, yaitu:

1. Melalui penerapan strategi *content marketing* yang efektif mampu meningkatkan *customer engagement* media sosial Instagram Haynahijab. Penting bagi Haynahijab untuk terus menghasilkan konten yang menarik, informatif, dan konsisten agar dapat memperkuat interaksi dan keterlibatan konsumen dalam konten Haynahijab.

2. Terdapatnya pengaruh yang kuat antara *content marketing* dan *customer engagement* menunjukkan bahwa Haynahijab berhasil memproduksi konten yang relevan dan menarik untuk membangun hubungan emosional dengan konsumen Haynahijab. Pemanfaatan *storytelling* yang baik dan membangun interaksi dua arah dengan konsumen dapat meningkatkan pengalaman konsumen dan memperkuat ikatan konsumen dengan Haynahijab
3. Demi terus meningkatkan performa media sosial Instagram, Haynahijab perlu terus meningkatkan strategi *content marketing* dengan memahami preferensi dan kebutuhan konsumen terhadap konten Haynahijab. Melalui riset pasar yang mendalam dan mengikuti tren terkini serta memahami perilaku konsumen di media sosial Instagram dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan konten yang relevan dan meningkatkan *customer engagement*.

### 5.3 Rekomendasi

Terhadap segala kekurangan dalam penelitian ini, maka peneliti memiliki beberapa rekomendasi bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti topik serupa:

1. Melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini mengetahui bahwa adanya pengaruh *content marketing* terhadap *customer engagement*. Penelitian kualitatif dapat meneliti lebih mendalam mengenai motivasi dan preferensi konsumen dalam berinteraksi dengan konten dalam *content marketing*. Hal ini dapat membantu bisnis dan organisasi untuk mengembangkan strategi *content marketing* yang sesuai dengan target pasar secara efektif.
2. Melakukan penelitian yang lebih mendalam dalam topik yang sama dengan melibatkan jumlah sampel yang lebih luas dan menerapkan penelitian pada bisnis dan industri lainnya. Hal tersebut dapat meningkatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kaitan dari *content marketing* terhadap *customer engagement*.
3. Memperluas variabel lainnya di luar *content marketing* seperti *e-wom* (*electronic word of mouth*) dan *kol* (*key opinion leader*) *marketing* yang juga dapat mempengaruhi *customer engagement*. Penelitian juga dapat

menganalisis kaitan *content marketing* terhadap keputusan pembelian dan *brand awareness* untuk memahami secara komprehensif terhadap faktor faktor yang menghubungkan bisnis dengan konsumen.