

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh konten marketing terhadap minat beli viewer "Artist-Made Collection By SEVENTEEN Season 1: Making of Log – JEONGHAN," dapat disimpulkan bahwa:

- a. Variabel X (Konten Marketing) dan variabel Y (Minat Beli) memiliki hubungan yang linier. Dapat dilihat dari hasil uji linieritas dengan koefisien korelasi pearson sebesar 0,717.
- b. Konten marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli viewers Artist-Made Collection By SEVENTEEN Season 1: Making of Log – JEONGHAN.
- c. R Square sebesar 0,515 menunjukkan bahwa sebesar 51,5% variasi dalam minat beli dijelaskan oleh variabel konten marketing.

5.2 Saran

Adapun saran diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan

Dari hasil yang telah didapatkan, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi dalam isi konten marketing untuk produk yang akan dirilis yang fokus pada elemen-elemen yang

dapat menarik perhatian pada target audiens. Dengan melihat bahwa konten marketing dapat mempengaruhi minat beli audiens.

b. Bagi Peneli Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat menambahkan variabel lain yang dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif untuk faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli viewers.