

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar pengaruh *Web Series* Yakin Nikah terhadap minat beli konsumen dengan menggunakan pernyataan penelitian yang telah dirancang dan melakukan persebaran kuesioner kepada 200 orang yang memiliki kriteria seperti penonton *Web Series* Yakin Nikah. Selanjutnya, data-data yang didapatkan akan diuji menggunakan program analisis statistik yaitu SPSS versi 26. Oleh karena itu, berikut kesimpulan yang dapat diambil setelah data-data tersebut dianalisis:

1. Melalui hasil uji analisis regresi linear sederhana, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh konten *Web Series* Yakin Nikah terhadap minat beli konsumen secara signifikan.
2. Melalui hasil uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh konten *Web Series* Yakin Nikah terhadap minat beli konsumen sebesar 33,7% dan terdapat 66,3% faktor lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan dalam penelitian selanjutnya seperti mencari faktor-faktor lainnya yang menciptakan konten *Web Series* sebagai alat pemasaran dapat menarik dari kualitas konten secara audio, video, dan cerita yang menarik sehingga penonton dapat menikmati dan memahami isi pesan dalam konten *Web Series* secara baik sehingga dapat meningkatkan minat beli pada konsumen. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah wawasan dalam dunia akademis mengenai minat beli dan konten *Web Series* sebagai alat pemasaran.

5.2.2 Saran Praktis

Terdapat beberapa saran praktis dalam penelitian ini yang diberikan kepada perusahaan, *content creator*, dan rumah produksi film Indonesia seperti mengembangkan cerita lebih menarik dan unik, meningkatkan kualitas audio dan video, serta membuat pesan promosi yang menarik dan sesuai target pasaran di dalam *Web Series* ataupun serial sehingga penonton dapat memahami dan menikmati isi pesan dalam *Web Series* tersebut.