

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memastikan apakah dan, jika demikian, sejauh mana *content marketing* di Instagram oleh @premierehotelpekanbaru memengaruhi kemungkinan pelanggan melakukan pembelian. sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Peneliti berkontribusi pada pengembangan beberapa produk, termasuk:

1. *Content marketing* Instagram @premierehotelpekanbaru dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Dapat diperhatikan melalui jawaban 100 responden, terdapat hasil bahwa *content marketing* yang baik memiliki 4 nilai yaitu *findable*, *readable*, *shareable*, *memorable* dapat memengaruhi minat beli The Premiere Hotel Pekanbaru.
2. *Content marketing* Instagram @premierehotelpekanbaru memiliki dampak sebesar 75,1% terhadap kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian sisanya 29,9% disebabkan oleh variabel eksternal.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Secara akademis, peneliti berharap ini akan berfungsi sebagai primer untuk pekerjaan masa depan dalam ilmu komunikasi yang dibangun di atas studi yang ada tentang kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian setelah terpapar pemasaran konten. Peneliti menyarankan untuk menggunakan media sosial lain yang sedang berkembang seperti TikTok dan Youtube dalam studinya di masa depan untuk melengkapi temuan yang satu ini. Peneliti kemudian merekomendasikan studi lebih lanjut tentang dampak pemasaran konten terhadap minat konsumen dalam melakukan

pembelian karena banyak aspek pemasaran konten belum dieksplorasi di sini. Studi ini menggunakan teknik kuantitatif, tetapi studi selanjutnya harus beralih ke metode kualitatif untuk mengidentifikasi pendekatan pemasaran konten yang ramah konsumen.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti memberi saran kepada The Premiere Hotel Pekanbaru pada bagian *shareable*. Pada dimensi *shareable* memiliki nilai rata-rata paling tinggi, yaitu sebesar 86.3%. Karena pada variable Y dimensi minat preferensial dimana tendensi masyarakat dalam mereferensikan produk The Premiere Hotel Pekanbaru memiliki nilai rata-rata paling tinggi juga, yaitu sebesar 86.2%. Sehingga dengan melakukan distribusi *content* melalui berbagai media dapat mempermudah *audience* dalam mereferensikan produk The Premiere Hotel Pekanbaru kepada calon konsumen lainnya. Sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen pada The Premeire Hotel Pekanbaru.