

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh *Content Marketing* Tiktok Tokolaptop.id Terhadap *Customer Engagement*, peneliti bisa menyimpulkan bahwa:

1. Hasil Analisa menunjukan bahwa terdapat pengaruh *content marketing* sebagai variabel independen x di Tiktok Tokolaptop.id kepada *customer engagement* sebagai variabel independen y sebesar 0,505 atau 50.5% dan 49.5% berasal dari faktor lain.
2. Rata-rata tertinggi variabel X atau *content marketing* adalah adalah *factors* dengan 4,24 yang artinya Tokolaptop selalu membuat konten yang *relate* dengan factor-faktor internal maupun eksternal pengikutnya.
3. Rata-rata tertinggi variabel Y atau *customer engagement* adalah kognitif sebanyak 4,22% yang berarti konten Tiktok Tokolaptop.id memnberikan tambahan wawasan dan informasi kepada pengikut Tokolaptop.id

#### 5.2 Saran

Peneliti memiliki beberapa saran setelah menyelesaikan dan membuat kesimpulan di penelitian ini. Saran peneliti terdiri dari akademis dan praktis yang dapat dimasukan ke dalam penelitian selanjutnya.

##### 5.2.1 Saran Akademis

Dengan adanya penelitian ini, pengaruh *content marketing* terhadap *customer engagement* sebanyak 50.5% dapat terbukti. Diharapkan dalam penelitian kedepannya maupun peneliti kedepannya dapat meliputi faktor-faktor yang peneliti belum bisa tambahkan yang berpengaruh pada *customer engagement*.

### 5.2.2 Saran Praktis

Pengaruh yang diberikan dari *content marketing* Tiktok Tokolaptop terhadap *customer engagement* ‘hanya’ sebesar 50,5%. Artinya terdapat factor lain yang mempengaruhi dan Tokolaptop.id harus melakukan evaluasi terus menerus agar dapat meningkatkan *engagement* dari Tiktok Tokolaptop.id Beberapa hal yang dapat dikembangkan contohnya seperti penggunaan KOL untuk Live Tiktok lebih sering, membuat toko offline agar dapat didatangi dan mempermudah pembuatan konten, dan masih banyak lagi.

