

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah konten Instagram @musclefirstofficial berpengaruh terhadap minat beli. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa adanya pengaruh *content marketing* terhadap minat beli. Terbukti dari jawaban responden setelah mengetahui konten Instagram @musclefirstofficial, pada X11 “Konten yang dibagikan oleh @musclefirstofficial mampu mendorong konsumen membeli produk” dan Y6 “Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk @musclefirstofficial setelah melihat promosi di Instagram” memiliki rata-rata pernyataan tertinggi.

2. Berdasarkan hasil analisis uji t (*paired sample t-test*), maka dapat diperoleh hasil bahwa $t_{hitung} < -t_{tabel}$ yaitu $-22.545 < -2.045$ dan Sig. (2 tailed) $= 0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

5.2 Saran

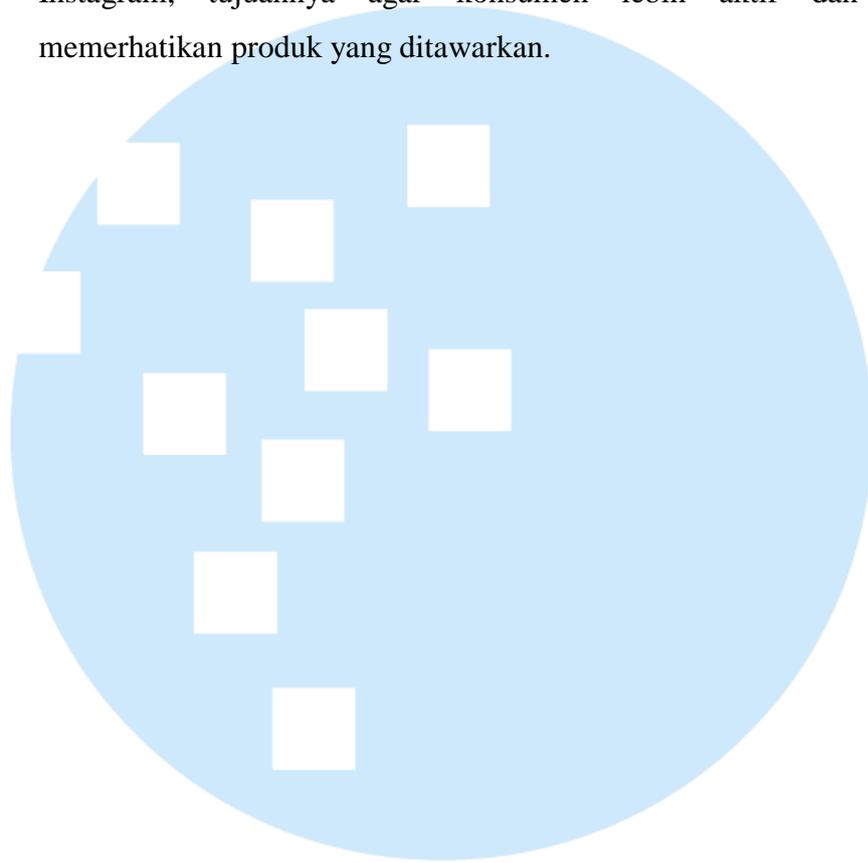
5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis agar penelitian ini dapat berguna sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dalam menyusun penelitian kuantitatif mengenai pengaruh *content marketing* terhadap minat beli. Namun, disarankan agar peneliti selanjutnya mengambil variabel Y selain Muscle First.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan bagi pengelola akun Instagram @musclefirstofficial perlu lebih informatif mengenai produk yang ditawarkan oleh Muscle First namun dikemas dengan

konten interaktif dan menarik seperti melakukan *question and answer* di Instagram, tujuannya agar konsumen lebih aktif dan sering memerhatikan produk yang ditawarkan.



UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA