



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penjabaran hasil penelitian, berikut adalah beberapa simpulan dari pokok masalah yang diteliti, antara lain:

1. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *brand image* mampu memediasi pengaruh *content marketing* terhadap *purchase intention* dengan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 34,2%.
2. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *content marketing* akun Instagram @camille.beauty berpengaruh secara signifikan terhadap *brand image* dengan nilai pengaruh sebesar 41,8%.
3. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap *purchase intention* Camille Beauty dengan nilai pengaruh sebesar 58,7%.
4. Hasil penelitian juga menjelaskan bahwa *content marketing* memiliki pengaruh langsung terhadap *purchase intention* dengan nilai sebesar 36,8%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian, berikut beberapa saran terkait dengan penelitian ini, diantaranya:

5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh *content marketing* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *brand image*. Diharapkan penelitian serupa selanjutnya dapat mengembangkan konsep yang digunakan untuk dijadikan sebagai variabel dependen yang dapat memengaruhi *purchase intention*.

2. Bagi penelitian selanjutnya jika ingin membahas mengenai *brand image*, untuk tidak menggunakannya sebagai variabel mediasi apabila variabel independennya adalah *content marketing* dan variabel dependennya adalah *purchase intention*. Dikarenakan *brand image* sebagai mediasi dalam penelitian ini hanya memberikan peran yang kecil terhadap *purchase intention*.

5.2.2 Saran Praktis

Melihat adanya pengaruh yang signifikan antara *content marketing* di akun Instagram @camille.beauty terhadap *brand image* dan *purchase intention*, diharapkan Camille Beauty dapat terus membagikan konten yang informatif terkait produk dan mempertahankan aktivitas *content marketing* di akun Instagram @camille.beauty melalui fitur *feeds* dan Instagram *story*.

