

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh dari *content marketing* yang dilakukan oleh @dnvb.id terhadap minat beli *webinar*, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara variabel X dan Y, dengan melakukan uji regresi dan melihat nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 dan lebih kecil dari tingkat kesalahan yaitu 0,05, membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya menunjukkan bahwa adanya pengaruh di antara variabel.
2. Selanjutnya tujuan penelitian juga ingin mengetahui seberapa besar pengaruh dari *content marketing* yang dilakukan oleh @dnvb.id terhadap minat beli *webinar*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* yang dilakukan oleh @dnvb.id memengaruhi minat beli kelas *webinar* secara positif sebesar 45,3%. Sisanya dengan angka 54,7% lainnya dipengaruhi dari faktor-faktor selain variabel X. Nilai 45,3% didapatkan dari uji regresi linear sederhana yang telah dilakukan dan didapatkan nilai koefisien determinasi (R Square) yaitu sebesar 0,453 dan nilai R sebesar 0,673 yang membuktikan adanya hubungan yang kuat dan positif di antara variabel independen dan variabel dependen.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah peneliti dapat meneliti *content marketing* dengan objek yang berbeda dan lebih terbaru untuk hasil yang lebih valid dan aktual. Selain itu, pemilihan variabel *content marketing* dapat menelusuri dan meneliti lebih lanjut terutama dari dimensi relevansi agar dimensi lainnya dapat berfungsi dengan lebih optimal. Penelitian ini

diharapkan dapat menjadi pedoman agar penelitian berikutnya dapat lebih komprehensif.

5.2.2. Saran Praktis

Peneliti menyarankan kepada *@dnvb.id* untuk dapat lebih memanfaatkan dimensi relevansi dalam pembuatan *content marketing* terhadap audiens, serta memanfaatkan testimonial bagi konsumen yang pernah mengikuti kelas *webinar* di *@dnvb.id*, memfasilitasi minat referensial yang diharapkan dapat mendorong minat beli audiens atau calon pelanggan

