

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya, penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian mengenai “Pengaruh *Content Marketing* Instagram @somethincmakeup terhadap *Brand Image* Produk *Cushion (Hooman Cushion)*” sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan hasil uji regresi linier sederhana pada tabel ANOVA yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau $< 0,5$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *Content Marketing* (X) terhadap *Brand Image* (Y).
2. Seberapa besar pengaruh variabel *Content Marketing* (X) terhadap *Brand Image* (Y) dapat terlihat dari nilai R Square pada hasil uji korelasi yang memperoleh nilai sebesar 0,727 atau 72,7% sedangkan sisanya 27,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai “Pengaruh *Content Marketing* Instagram @somethincmakeup terhadap *Brand Image* Produk *Cushion (Hooman Cushion)*”. Maka, peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Hasil penelitian menunjukkan *brand image* @somethincmakeup dipengaruhi 72,7% sedangkan sisanya 27,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti *sales promotion*, *celebrity endorsement* dan *brand trust*. Oleh karena itu, faktor lain tersebut dapat dimanfaatkan untuk kajian penelitian berikutnya. Pada penelitian ini masih terdapat kekurangan dari segi data dan informasi. Harapan bagi peneliti selanjutnya dapat

mengkaji ulang serta menjadikan penelitian ini sebagai referensi penelitian dengan fokus media sosial yang berbeda seperti Tiktok, agar dapat menggali preferensi audiens yang lebih spesifik di berbagai *platform*.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan, terdapat saran praktis untuk Somethinc sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk tetap mempertahankan konten yang relevan dalam Instagram @somethincmakeup yang menampilkan *review* produk karena konten tersebut terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens yang juga dapat memperkuat citra Somethinc sebagai *brand* yang mendengarkan kebutuhan dan keinginan audiensnya.
2. Diharapkan untuk dapat meningkatkan konten interaktif karena konten yang mengundang partisipasi audiens baik berupa kuis, QnA dan sebagainya dapat memperkuat keterlibatan hubungan dengan audiens,
3. Diharapkan untuk dapat mempertahankan citra sebagai *brand* yang mencerminkan sikap positif melalui pesan konten maupun produk yang diciptakan.

