

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti, yaitu tentang Pengaruh *Content Marketing* Instagram Terhadap *Brand Image* Disney+ Hotstar Pada *Followers* @disneyplushotstarid Di Era COVID-19, maka peneliti dapat menarik kesimpulan, yaitu :

1. Berdasarkan hasil analisis pengujian dapat diketahui bahwa variabel *content marketing* yang terdiri dari *reader cognition*, *sharing motivation*, *persuasion*, *decision making*, dan *life factors* memiliki pengaruh terhadap *brand image* Disney+ Hotstar selama masa Pandemi COVID-19.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, dimensi *content marketing* yang memiliki pengaruh terbesar terhadap *brand image* Disney+ Hotstar adalah *sharing motivation* dan yang memiliki pengaruh negatif terhadap *brand image* Disney+ Hotstar adalah *persuasion*.
3. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan oleh *content marketing* Instagram @disneyplushotstarid terhadap *brand image* Disney+ Hotstar pada followers @disneyplushotstarid di era pandemi COVID-19 memiliki pengaruh sebesar 49%. Pembentukan konten yang bernilai dan mengedukasi oleh akun Instagram @disneyplushotstarid dapat mempengaruhi persepsi *followers* @disneyplushotstarid terhadap brand Disney+ Hotstar. Bila menghasilkan *brand image* yang baik dimata

masyarakat, masyarakat juga tidak akan segan untuk menggunakan produk maupun layanan yang dipromosikan oleh brand tersebut.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil uraian dan kesimpulan di atas, maka saran yang akan diberikan peneliti kepada penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Pada analisa pengaruh yang telah didapat pada penelitian ini, hampir separuh dari aspek-aspek variabel *brand image* Disney+ Hotstar di era pandemi COVID-19, yaitu sebesar 49%, ditentukan oleh variabel *content marketing* Instagram @disneyplushotstarid, sedangkan sisanya ditentukan oleh variabel lain yang tidak dapat peneliti jelaskan pada penelitian ini. Agar dapat memastikan hal tersebut, dibutuhkan penelitian lebih lanjut pada variabel tersebut. Maka dari itu, peneliti memberikan kesempatan bagi pihak lain yang ingin melanjutkan penelitian ini lebih dalam.
2. Pada penelitian ini mayoritas responden merupakan *followers* @disneyplushotstarid yang berpusat pada domisili Jawa terutama Jawa Timur. Pada penelitian selanjutnya dapat menganalisis *followers* @disneyplushotstarid dengan responden yang lebih meluas, selain berdomisili di Jawa Timur.
3. Pada penelitian selanjutnya juga dapat mengupas lebih dalam lagi terkait pengaruh *content marketing* Disney+ Hotstar yang dapat diteliti dengan variabel lain, seperti *brand awareness*, *customer engagement*, keputusan pembelian dan masih banyak lagi.