

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari penjelasan diatas dan berdasarkan analisis dalam penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan, yaitu:

1. Bahwa H1 diterima dengan variabel *copywriting* (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel *consumer interest* (Y).
2. Bahwa H2 diterima dengan variabel *brand awareness* (X2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *consumer interest* (Y).
3. Bahwa H3 diterima dengan kedua variabel *copywriting* (X1) dan *brand awareness* (X2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *consumer interest* (Y).

#### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran dari peneliti, yaitu:

1. Untuk Menantea

Dapat dilihat pada jawaban responden terbanyak dalam penelitian ini pada variabel *consumer interest* (Y) yaitu Tidak Setuju dengan pernyataan pernah atau sering terlibat dalam event yang dilakukan Menantea dalam media sosialnya seperti *challenge* dan *giveaway*. Artinya Menantea perlu lebih aktif

dan lebih menarik dalam membuat sebuah *event* di media sosial atau bisa juga pelaku bisnis meminta pendapat dari *followers* Menantea agar *event* tersebut lebih menarik untuk konsumen dan masyarakat sehingga lebih banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan merek Menantea.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Dapat melakukan penelitian dengan menganalisis variabel yang dirasa masih kurang dalam penelitian ini, terutama untuk pengaruh *copywriting* dan *brand awareness* terhadap *consumer interest* atau dapat menambahkan variabel yang berkaitan atau berkelanjutan dari judul penelitian ini.