

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji variabel *Content Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Freshchubs, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Content Marketing* memberikan kontribusi dalam Keputusan Pembelian parfum Freshchubs di Kota Surabaya karena semakin baik *Content Marketing*, maka tingkat keputusan pembelian konsumen semakin meningkat.
2. *Brand Awareness* memberikan kontribusi dalam Keputusan Pembelian parfum Freshchubs di Kota Surabaya karena jika konsumen mengingat parfum Freshchubs, maka tingkat keputusan pembelian konsumen semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat digunakan menjadi bahan pertimbangan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan yakni sebagai berikut :

1. Di waktu yang akan datang, diharapkan, konten yang diunggah oleh Freshchubs lebih memberikan konten yang relevan dengan produk agar konsumen lebih tertarik untuk membeli parfum Freshchubs.

2. Diharapkan parfum Freshchubs dapat meningkatkan *brand awareness* agar konsumen mengingat Freshchubs sebagai merek *fabric mist* pertama dibenak mereka (*brand recall*).
3. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen seperti promosi, diskon dan harga yang dapat memengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian.