

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Studi ini mengungkapkan beberapa temuan menarik yang menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen dan strategi pemasaran yang efektif. Pertama, *content marketing* yang baik terbukti meningkatkan minat beli produk Luxcrime. Perusahaan yang menciptakan konten menarik dan informatif tentang produk mereka di TikTok lebih mungkin memicu minat konsumen. Ini menunjukkan bahwa konten yang menarik dan mudah dicerna dapat membentuk preferensi dan keputusan pembelian.

Selain itu, pengaruh pemasaran memainkan peran penting dalam membentuk minat beli. Kedua, *influencer marketing* mempromosikan merek dengan efektif dan membangun kepercayaan dengan audiens mereka, hal itu berdampak signifikan pada minat beli konsumen. Temuan ini menekankan pentingnya memilih *influencer* yang tepat dan menciptakan otentisitas dalam promosi merek untuk mendorong minat beli yang potensial.

Dengan kombinasi *content marketing* yang menarik dan strategi pengaruh pemasaran yang kuat, perusahaan dapat memaksimalkan potensi untuk memicu minat beli dan akhirnya meningkatkan penjualan produk Luxcrime. Ini menunjukkan pendekatan terpadu yang memanfaatkan kekuatan konten dan pengaruh untuk membentuk perilaku konsumen dan mendorong kesuksesan bisnis..

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat disajikan untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut :

1. Dengan adanya *content marketing* yang terdapat pada aplikasi TikTok Luxcrime, disarankan kepada pihak Luxcrime dapat terus membuat serta mengunggah konten secara konsisten pada aplikasi TikTok, membuat konten yang mudah dipahami oleh pengguna TikTok, serta menarik khususnya untuk selalu mengikuti konten yang sedang tren pada aplikasi TikTok, dengan demikian hal ini mampu memikat para konsumen untuk lebih memperhatikan konten pada aplikasi TikTok Luxcrime serta mampu menaikkan minat beli para konsumen.
2. Dengan adanya *influencer marketing* yang digunakan oleh perusahaan Luxcrime, disarankan kepada perusahaan dalam memilih *influencer* lebih ditingkatkan lagi sesuai dengan target dan tren pasar. Semakin besar prestasi dan keahlian yang dimiliki *influencer* semakin besar pula penggemar dan *audiens* yang mengetahui, hal ini dapat meningkatkan daya tarik minat beli para konsumen.
3. Agar penelitian ini lebih komprehensif bagi peneliti di masa mendatang, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan tambahan variabel berbeda atau variabel yang belum ditampilkan dalam penelitian ini seperti *customer review*, *live streaming marketing*, dan *digital marketing*.