

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian, pengumpulan data dan menganalisa data-data yang diperoleh dari responden maka dapat disimpulkan melalui penelitian ini sebagai berikut :

1. Semakin baik Konten Marketing yang disajikan maka dapat mempengaruhi meningkatkan Keputusan Pembelian pada konsumen.
2. Semakin tinggi Brand awareness konsumen terhadap merek maka dapat mempengaruhi peningkatan Keputusan Pembelian.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut :

Konten Marketing dalam penelitian ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, Konten Marketing yang dibuat dapat diharapkan untuk dapat menjaga dan mempertahankan Keputusan Pembelian konsumen terhadap UMKM Naabakehouse. Dikarenakan Konten Marketing ini merupakan salah satu penunjang bagi UMKM Naabakehouse, karena UMKM Naabakehouse adalah bisnis yang berbasis online, maka konten marketing sangat penting bagi UMKM Naabakehouse kedepannya harus mengedepankan variasi konten agar konten lebih menarik.