

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas konten dan brand awareness terhadap minat beli Batik Puspita pada Generasi Z. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Konten dan Brand Awareness secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, dimana variabel Kualitas Konten (X1) dan Brand Awareness (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas konten yang baik serta tingkat brand awareness yang tinggi secara bersama-sama mampu meningkatkan minat beli Generasi Z terhadap produk Batik Puspita.
2. Kualitas Konten berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, dimana variabel Kualitas Konten (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas konten yang disajikan melalui media sosial Instagram Batik Puspita, maka semakin tinggi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

3. *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, dimana variabel *Brand Awareness* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran konsumen terhadap merek Batik Puspita, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap produk Batik Puspita.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Batik Puspita

Berdasarkan hasil penelitian, Batik Puspita diharapkan lebih meningkatkan *brand awareness* melalui konsistensi dalam penggunaan identitas merek, peningkatan aktivitas promosi digital, serta memperkuat interaksi dengan konsumen melalui media sosial agar minat beli konsumen semakin meningkat. Selain itu, pada aspek kualitas konten, Batik Puspita diharapkan dapat mampu mempertahankan kualitas konten pada media sosial Instagram dengan menyajikan konten yang lebih informatif, menarik, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan serta karakteristik Generasi Z.

2. Bagi Konsumen

Konsumen Batik Puspita diharapkan dapat memanfaatkan informasi yang tersedia pada media sosial Instagram Batik Puspita sebagai sumber informasi sebelum melakukan pembelian. Dengan memperoleh informasi yang lengkap mengenai produk, konsumen dapat mempertimbangkan pilihan pembelian secara lebih tepat sesuai kebutuhan dan preferensi yang dimiliki.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat beli, seperti harga, kualitas produk, *electronic word of mouth* (e-WOM), kepercayaan konsumen, *influencer marketing*, maupun *social media marketing*. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memperluas jumlah responden dan wilayah penelitian sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen.