

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang berasal dari data analisis serta hipotesis yang telah dijelaskan terkait dengan “Pengaruh Dimensi Pemasaran Konten Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Citra Merek Tokopedia Di Jakarta Utara.”, maka kesimpulan yang di dapat adalah:

1. *Reader Cognition* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra merek berarti terbukti bahwa semakin baik atau semakin tinggi konten yang dipublikasikan dapat dipahami dan menarik audience untuk berinteraksi maka citra merek Tokopedia akan semakin meningkat.
2. *Sharing Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra merek berarti terbukti bahwa semakin baik atau semakin tinggi konten yang dipublikasikan memiliki nilai yang sesuai bagi target audiens maka citra merek Tokopedia akan semakin meningkat.
3. *Persuasion* berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan terhadap Citra merek berarti belum terbukti bahwa semakin baik atau semakin tinggi konten yang dipublikasikan mengajak target audiens mengetahui layanan yang diberikan maka citra merek Tokopedia akan semakin meningkat.
4. *Decision Making* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra merek berarti terbukti bahwa semakin baik atau semakin tinggi konten yang dipublikasikan dapat meyakinkan target audiens untuk membuat keputusan menggunakan *e-commerce* Tokopedia maka citra merek Tokopedia akan semakin meningkat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. *Life Factor* berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan terhadap Citra merek berarti belum terbukti bahwa semakin baik atau semakin tinggi konten yang dipublikasikan sesuai dengan faktor internal dan eksternal target audiens maka citra merek Tokopedia akan semakin meningkat.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Saran

Berdasarkan seluruh materi yang telah dibahas, saran yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Diharapkan lewat penelitian ini Tokopedia dapat meningkatkan pemasaran konten terutama dalam hal penyampaian konten yang memudahkan target audiens dalam mengingat konten yang dibagikan dengan mudah sehingga dimensi *reader cognition* semakin meningkat;
2. Diharapkan lewat penelitian ini Tokopedia dapat meningkatkan pemasaran konten terutama dalam hal penyampaian konten yang memudahkan target audiens dalam memenuhi kebutuhan konsumtif perbelanjaan dan hiburan serta konten yang dibagikan bersifat informatif sehingga dimensi *sharing motivation* semakin meningkat;
3. Diharapkan lewat penelitian ini Tokopedia dapat meningkatkan pemasaran konten terutama dalam hal penyampaian konten agar konten-konten yang serupa dengan Tokopedia tidak dapat dijumpai di tempat lain sehingga dimensi *persuasion* semakin meningkat;
4. Diharapkan lewat penelitian ini Tokopedia dapat meningkatkan pemasaran konten terutama dalam hal penyampaian konten yang memberikan beberapa pilihan solusi atas kebutuhan sekunder target audiens sehingga dimensi *decision making* semakin meningkat;

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Diharapkan lewat penelitian ini Tokopedia dapat meningkatkan pemasaran konten terutama dalam hal penyampaian konten yang memberi manfaat lebih bagi kehidupan seperti memenuhi kebutuhan sekunder target audiens sehingga dimensi *life factors* semakin meningkat;
6. Diharapkan lewat penelitian ini Tokopedia dapat meningkatkan pemasaran konten terutama dalam hal penyampaian konten yang memberikan beberapa pilihan solusi atas kebutuhan sekunder target audiens sehingga dimensi *decision making* semakin meningkat;
7. Diharapkan Tokopedia memperhatikan citra merek yang dimilikinya terutama dalam hal keunikan dalam layanan yang diberikan dibandingkan dengan pesaing sehingga citra merek yang dimiliki oleh Tokopedia semakin membaik;
8. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengupas lebih lagi mengenai pengaruh *content marketing* Tokopedia yang dapat diteliti dengan variabel lainnya terutama dalam hal *branding* seperti (*brand awareness, brand identity, brand value*, dan hal hal lainnya);
9. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian ini dengan lingkup yang lebih luas lagi sehingga penelitian memiliki gambaran yang lebih jelas dan lebih baik lagi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.