



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *content marketing* dan *social media marketing* Instagram KFC Indonesia terhadap *brand image* KFC Indonesia. Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini:

- a. *Content marketing* Instagram KFC Indonesia terbukti mempengaruhi positif *brand image* restoran cepat saji KFC Indonesia di Jakarta Utara.
- b. *Social media marketing* Instagram KFC Indonesia terbukti tidak memberikan pengaruh positif pada *brand image* restoran cepat saji KFC Indonesia di Jakarta Utara.

1.2 Saran

Beberapa saran yang dapat disampaikan untuk peneliti-peneliti selanjutnya yang meneliti variabel dan objek ini adalah:

- a. Menambah dan menelaah lebih lagi pertanyaan dari kuesioner-kuesioner agar bisa memberikan pertanyaan yang lebih akurat dan mengaju pada variabel dan objek.
- b. Memperbanyak jumlah sampel yang diteliti agar bisa mendapatkan hasil yang lebih akurat.
- c. Lebih menyesuaikan penggunaan pertanyaan pada kuesioner dengan objek yang diteliti