



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh dari olahan data analisis dan hipotesis terkait “Pengaruh Citra Merek dan Pemasaran Konten Terhadap Niat Beli Konsumen Kkuljaem Korean Pada Aplikasi Tiktok”, maka kesimpulan yang diperoleh adalah:

1. Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Niat Beli konsumen Kkuljaem Korean pada aplikasi Tiktok. Semakin baik citra merek yang dihasilkan Kkuljaem Korean, maka semakin tinggi juga niat beli konsumen akan merek Kkuljaem Korean.
2. Pemasaran Konten berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Niat Beli konsumen Kkuljaem Korean pada aplikasi Tiktok. Semakin baik pemasaran konten yang dihasilkan Kkuljaem Korean, maka semakin tinggi juga niat beli konsumen akan merek Kkuljaem Korean.

B. Saran

Berdasarkan materi yang telah dipaparkan, saran yang dapat peneliti sampaikan adalah:

- a. Dari hasil penelitian yang telah diolah, merek Kkuljaem Korean kurang sering muncul di pikiran konsumen saat memikirkan kategori pembelajaran bahasa Korea. Untuk itu Kkuljaem Korean diharapkan dapat meningkatkan citra merek yang berfokus kepada keunikan produk serta layanan dibandingkan pesaing, juga dapat memaksimalkan manfaat yang akan didapatkan oleh konsumen setelah membeli produk Kkuljaem Korean.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- b. Hasil penelitian dari pemasaran konten Kkuljaem Korean mengungkapkan bahwa motivasi konsumen untuk membagikan konten Kkuljaem Korean kepada orang lain masih dinilai netral. Untuk itu diharapkan melalui penelitian ini Kkuljaem Korean dapat meningkatkan cara pemasaran konten dalam penyampaian konten yang memudahkan audiens memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan berbelanja. Kkuljaem Korean tentu juga harus mengembangkan rencana konten dan membuat konten tersebut lebih berkualitas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

