

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah diungkapkan dalam pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Hasil pengujian statistik *content marketing* terhadap minat beli di oblong pati distromenunjukkan bahwa *content marketing* tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Karena memiliki t_{hitung} sebesar 1,337 dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 1,971 hal tersebut menunjukkan bahwa H_a ditolak. Artinya konsumen dalam membeli produk di pati oblong tidak memandang bentuk *content marketingnya*. Konsumen beranggapan bahwa di Pati oblong distro memiliki tampilan yang standart sama dengan distro pada umumnya. Tidak ada ketertarikan khusus di pati oblong distro.
2. Berdasarkan hasil pengujian statistik mengenai *social media* terhadap minat beli konsumen di pati oblong distro berpengaruh. Karena memiliki t_{hitung} sebesar 31,110 dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 1,971 artinya H_a diterima. Selain itu hipotesa kedua juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari tarafnya yaitu 0,025. Bahwa responden beranggapan kenyamanan dan kemudahan konsumen dalam melakukan pemesanan adalah yang dicari konsumen dalam melakukan pembelian mereka di pati oblong distro.
3. Hasil pengujian statistik terakhir pada variabel *brand awareness* terhadap minat beli di pati oblong. Karena memiliki t_{hitung} sebesar 0,148 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 1,971 artinya H_a ditolak. Selain itu hipotesa ini juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,883 dimana lebih besar dari tarafnya yaitu 0,025. Konsumen memiliki anggapan yaitu sebuah merek atau *brand*

tidak terlalu berpengaruh atau bukanlah sesuatu yang dicari dalam penelitian ini, konsumen lebih mementingkan kenyamanan dan kemudahan dalam pemesanan yang menjadi pertimbangan untuk melakukan pembelian di Pati Oblong distro.

B. Keterbatasan Penelitian

Sejumlah persoalan ini menimbulkan adanya keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Pada penelitian ini hanya meneliti variabel content marketing, social media dan brand awareness, sedangkan masih terdapat variabel lain yang bisa diteliti.
2. Observasi ini hanya menggunakan teknik survei dengan menggunakan kuesioner berupa angket, maka hasilakhir yang diambil hanya berdasarkan pada data yang terkumpul melalui instrument kuesioner tersebut.

C. Saran

Berdasarkan observasi penelitian tentang minat beli di Oblong Distro Pati, maka peneliti memberikan saran yaitu :

1. Berdasarkan kondisi yang terjadi dilapangan peneliti mengharapkan akan adanya perbaikan *content* atau hal-hal yang dianggap menarik konsumen agar dapat meningkatkan minat beli dan juga memperbaiki layout distro lebih bagus, agar menambah nilai jual di Pati Oblong distro.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan menyempurnakan peneliti ini yang mempengaruhi Minat Beli, atau dengan menambahkan variabel dan indikator-indikator baru atau faktor lain untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih bagus lagi.