

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Content Marketing* secara signifikan mempengaruhi *Brand Awareness* dengan hubungan yang positif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai konstanta sebesar 13,778 dan koefisien regresi sebesar 1,379, serta nilai *t* hitung sebesar 12,992 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$).
2. *Content Marketing* secara signifikan mempengaruhi Penjualan dengan hubungan yang positif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai konstanta sebesar 20,668 dan koefisien regresi sebesar 0,776, serta nilai *t* hitung sebesar 9,443 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$).
3. *Content Marketing* melalui TikTok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness* dan penjualan di UMKM Maecha.id. Namun, meskipun *content marketing* yang diterapkan dalam penelitian ini terbukti efektif untuk Maecha.id, tidak dapat dipastikan bahwa pendekatan yang sama akan memberikan hasil yang serupa di UMKM lain. Untuk memastikan relevansi penerapan *content marketing* melalui TikTok bagi UMKM lainnya, diperlukan penelitian lebih lanjut.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, saran yang dapat diberikan untuk pengembangan strategi *content marketing* Maecha.id adalah sebagai berikut:

- a. Maecha.id disarankan untuk terus meningkatkan kualitas video konten, termasuk penggunaan teknik *editing* yang lebih kreatif dan inovatif, serta konten yang disesuaikan dengan tren dan minat audiens.
- b. Maecha.id juga dapat memanfaatkan data analitik TikTok yang sudah berlangsung untuk menentukan waktu terbaik dalam memposting konten. Konsistensi dalam frekuensi posting juga perlu dijaga agar audiens tetap terhubung dengan merek.
- c. Evaluasi rutin terhadap performa konten sangat penting untuk mengidentifikasi strategi yang paling efektif. Analisis data seperti tingkat *engagement*, rasio konversi, dan *feedback* pelanggan dapat membantu menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.