

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dengan mempertimbangkan hasil penelitian yang disebutkan di atas dan diskusi yang diadakan, kita dapat mencapai kesimpulan berikut:

1. *Content Marketing* (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli pada produk lipstik Revlon di kota batam.
2. *Brand Image* (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli pada produk lipstik Revlon di kota batam.
3. Kualitas Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli pada produk lipstik Revlon di kota batam.
4. *Content marketing*, *brand image*, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk lipstik Revlon di kota batam.

5.2 Saran

Setelah menghasilkan kesimpulan, peneliti dapat memberikan rekomendasi yang diuraikan di bawah ini:

1. Diharapkan bahwa *content marketing* tiktok dapat menampilkan konten yang sesuai dengan produk dan menarik serta relevan dengannya.
2. Diharapkan perusahaan dapat meningkatkan reputasi merek Revlon dan kualitas produk, sehingga pelanggan lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.

3. Diharapkan bahwa penelitian mendatang akan menyelidiki faktor tambahan yang berkaitan dengan *content marketing*, *brand awareness*, dan
4. Influencer pengaruh terhadap minat beli generasi milenial.