

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada bab IV, maka dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini yakni:

1. *Content marketing* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *consumer buying behaviour* produk Azarine di kota Padang. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen memiliki ketertarikan terhadap konten video tentang produk Azarine, sehingga menciptakan *consumer buying behaviour* terhadap produk Azarine. Kontribusi *content marketing* sendiri dalam strategi *branding* dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan skor merek mereka. Dimensi produksi, distribusi, dan analisis dapat menjadi indikator bagi perusahaan untuk mengukur tingkat perilaku pembelian konsumen melalui khalayak digital.
2. *Lifestyle* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *consumer buying behaviour* produk Azarine di kota Padang. Hal ini dapat membuktikan bahwa *lifestyle beauty* dari konsumen produk Azarine berdampak pada *consumer buying behaviour* tersebut. *Lifestyle* diukur dari dimensi AIO yaitu aktivitas seperti pekerjaan, hobi, belanja, dan kegiatan sosial yang mendominasi pengaruh terhadap *consumer buying behaviour* dengan total rata-rata responden yang menjawab kuesioner 47,10. Selain itu, minat dan opini dari

konsumen yang tinggi juga sangat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk *skincare* Azarine.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapat beberapa implikasi penting yang harus diperhatikan dan menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Azarine dalam menciptakan perilaku pembelian konsumen yang mendorong pembelian produk Azarine :

1. Setelah penelitian ini dilakukan terdapat adanya pengaruh *content marketing* terhadap *consumer buying behaviour*. *Content marketing* ini dapat dilihat dari produksi, distribusi, dan analisis dari berbagai konten tentang produk Azarine. Maka dari itu Azarine harus mampu membuat konten yang berharga, relevan, dan juga konsisten untuk menarik perhatian konsumen.
2. Setelah penelitian ini dilakukan terdapat adanya pengaruh *lifestyle* terhadap *consumer buying behaviour*. Dimana *lifestyle* dapat dilihat dari aktivitas yang dilakukan, minat dari konsumen terhadap produk *skincare* Azarine, serta pendapatannya dalam menggunakan produk Azarine. Oleh itu Azarine harus mampu meningkatkan kualitas produk karena kebutuhan gaya hidup dan industri kosmetik terus berkembang dengan berbagai inovasi dan juga manfaatnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel *content marketing* dan *lifestyle*. Sedangkan masih banyak variabel lain yang memungkinkan untuk menimbulkan *consumer buying behaviour*.
2. Pengumpulan data dan penyebaran kuesioner hanya dilakukan secara online sehingga tidak merata keseluruhan kota Padang.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian berikut beberapa saran dari peneliti :

1. Bagi peneliti Selanjutnya
 - a. Penelitian ini hanya fokus kepada variabel *content marketing*, *lifestyle*, dan *consumer buying behaviour*. Disarankan bagi peneliti selanjutnya agar meneliti variabel lain yang meningkatkan perilaku konsumen dalam pembelian produk Azarine.
 - b. Sebaiknya dalam penyebaran kuesioner selanjutnya, responden lebih dibimbing dalam pengisian kuesioner sehingga hasil yang didapatkan lebih menggambarkan situasi yang sebenarnya.
2. Bagi Perusahaan Azarine

- a. Diharapkan Azarine mampu menampilkan ciri khas serta keunggulan produk yang disajikan melalui konten menarik yang akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen sehingga meningkatkan pendapatan. Konten yang diciptakan harus memiliki desain yang menarik, dan menyertakan *brand ambassador* terkenal, serta mengadakan berbagai challenge yang dapat meningkatkan pamour Azarine di sosial media.
- b. Produk Azarine kebanyakan tersedia lebih lengkap melalui online shop dibandingkan dengan toko-toko kosmetik, agar mudah didapatkan hendaknya produk azarine juga lebih didistribusikan melalui toko kosmetik ataupun usaha ritel. Sehingga konsumen tidak perlu menunggu berhari-hari untuk mendapatkan produk ini dengan layanan online.

