

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, bukan mengulang teori. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian mengenai Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Kopi Kenangan Generasi Z di Kota Mojokerto, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Content Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen Kopi Kenangan Generasi Z di Kota Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik, informatif, dan relevan konten yang disajikan, maka semakin tinggi minat konsumen untuk membeli produk Kopi Kenangan.
2. Online Customer Review berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen Kopi Kenangan Generasi Z di Kota Mojokerto. Ulasan pelanggan yang positif dan dapat dipercaya mampu meningkatkan ketertarikan serta keinginan konsumen untuk membeli produk.
3. Content Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Kopi Kenangan Generasi Z di Kota Mojokerto. Konten pemasaran yang berkualitas dapat memberikan informasi yang

dibutuhkan konsumen sehingga mendorong terjadinya keputusan pembelian.

4. Online Customer Review berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Kopi Kenangan Generasi Z di Kota Mojokerto. Semakin baik ulasan pelanggan yang diterima, semakin tinggi pula keyakinan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk.
5. Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Kopi Kenangan Generasi Z di Kota Mojokerto. Semakin tinggi minat beli yang dimiliki konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian.
6. Minat Beli mampu memediasi pengaruh Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa content marketing yang efektif tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian, tetapi juga meningkatkan minat beli yang selanjutnya mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.
7. Minat Beli mampu memediasi pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian. Artinya, ulasan pelanggan yang positif dapat meningkatkan minat beli terlebih dahulu, kemudian mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian produk Kopi Kenangan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Kopi Kenangan

Kopi Kenangan diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas content marketing dengan menyajikan konten yang kreatif, informatif, dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Selain itu, perusahaan perlu menjaga kualitas produk dan pelayanan agar konsumen terdorong memberikan online customer review yang positif. Ulasan positif dari pelanggan dapat meningkatkan minat beli sekaligus mendorong keputusan pembelian konsumen lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti brand image, harga, kualitas produk, promosi, brand trust, atau electronic word of mouth (e-WOM). Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek, wilayah, atau kelompok responden yang berbeda agar hasil penelitian dapat dibandingkan dan memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.