

BAB 5

SIMPULAN KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh *content marketing*, *brand image*, *online customer review* terhadap niat beli. Sumber data dicari melalui kuesioner, hasil dari data tersebut akan diolah menggunakan SEM-PLS maka diperoleh kesimpulan berdasarkan hasil uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa:

1. Konten marketing berpengaruh signifikan terhadap niat beli, berarti respon signifikan orang tertarik terhadap smartwatch dikarenakan iklan-iklan yang beredar sehingga membuat adanya minat untuk membeli suatu produk dari smart watch dan untuk hasil hipotesis pertama diterima. Menandakan bahwa iklan sangat berpengaruh terhadap minat untuk membeli suatu produk karena iklan merupakan salah satu cara yang cukup efektif untuk menarik perhatian konsumen. Dengan adanya iklan yang dibuat semenarik mungkin, maka minat konsumen semakin besar terhadap produk yang diiklankan.
2. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap niat beli, yang berarti orang memiliki penilaian positif di benak mereka terhadap *brand smartwatch* yang RFVD dapat menimbulkan keinginan untuk membeli produknya pada hasil hipotesis penelitian diterima. *Brand image* merupakan suatu yang penting dalam suatu produk. Dengan memiliki *brand image* yang bagus akan lebih mudah mendapat kepercayaan konsumen. Dengan mendapatkan kepercayaan konsumen akan lebih mudah membuat konsumen tersebut membeli produk yang sedang dipasarkan.
3. *Online customer review* tidak memiliki hasil yang signifikan terhadap niat beli. Berarti *online customer review* ini bukan menjadi hal yang membuat minat orang dalam membeli suatu produk smartwatch ini dalam hipotesis ke 3 hasilnya ditolak. *Online Customer Review* tidak berpengaruh besar dikarenakan kevalidan nya masih belum bisa terpercaya, review yang tidak valid akan membuat customer menjadi *trust issue* terhadap produk, sehingga akan membawa dampak yang negatif terhadap produk tersebut.

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Penyebaran kuesioner menggunakan google form, sehingga peneliti tidak mampu untuk membuat kesungguhan responden dalam mengisi kuesioner

2. Untuk penyebaran kurang merata untuk semua jenis mulai dari usia, pekerjaan dan lain-lainnya.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

5.3.1 Saran Akademis

- a. Untuk peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel *mediating* lainnya misalnya dengan kepuasan
- b. Peneliti selanjutnya disarankan melakukan kajian terlebih dahulu terutama dibidang pemasaran, bisa referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian tentang *content marketing, brand image, customer review online*.

5.3.2 Saran Praktis

1. Saran untuk *content marketing*

Apple watch dalam membuat iklan sebaiknya lebih sering dan konsisten supaya menjangkau konsumen yang lebih luas. Kualitas iklan *apple watch* sesuai dengan barang yang ditemukan dengan polin ini agar menjadi keunggulan dari *apple watch*.

2. Saran untuk *brand image*

Apple watch bisa menambahkan fitur yang unik agar konsumen bisa memikirkan *smartwatch apple* saat ingin membeli *smartwatch*.

Pada bagian produk *apple watch* merupakan produk dengan merek yang berkualitas bisa mempertahankan poin ini agar menjadi keunggulan sebagai *high class apple watch*.

3. Saran untuk *customer review online*.

Berdasarkan ulasan yang ada produk *apple watch* harus mempertahankan bahwa produk yang di jual sesuai dengan aslinya sehingga konsumen tidak merasa tertipu. Dengan mempertahankan kualitas produk, maka kepercayaan konsumen terhadap produk terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

-
-
- Abdurrahim, Abdurrahim, & Sangen, Marijati. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 42–47
- Aldilla, (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Purchase Intention melalui Customer Trust. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Alfian, B. 2012. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar: Skripsi Universitas Hasanuddin
- Agag, G. and El-Masry, A.A. (2016), “Understanding consumer intention to participate in online travel available at: www.nielsen.com/us/en/insights/news/2014/tech-styles-are-consumers-reallyinterested-in-wearing-tech-on-their-sleeves.html (accessed juli 7, 2023).
- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mafia Gedang Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3)
- Anshori, F., Ekawaty, N., & Cahyani, J. D. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK J.CO DONUTS & COFFEE DI RESINDA PARK MALL KARAWANG PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 2024-2045. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1397>
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers’ Purchasing Decisions. *The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers’ Purchasing Decisions*, 82. <https://doi.org/10.1007/S11426-010-0130-Z>
- Ausra et al. (2016). content marketing elements and their influence on search advertisement effectiveness: theoretical background and practical insights . https://www.researchgate.net/publication/305713292_Content_marketing_elements_and_their_influence_on_search_advertisement_effectiveness_theoretical_background_and_practical_insights

- Antara. (2021,). buat jam tangan pintar dengan fitur kesehatan Dan kebugaran. Antara News Palu. <https://sulteng.antaranews.com/berita/182717/buat-jam-tangan-pintar-dengan-fitur-kesehatan-dan-kebugaran>
- Adrian, K. (2020,). WEBINAR PELUANG DAN TANTANGAN DUNIA KERJA BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI TEMA : PELUANG BISNIS DAN MENINGKATKAN KARIR BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI
- Bright local, C. (2012, 11). Pentingnya online review Bagi e-Commerce. IDCloudHost. <https://idcloudhost.com/blog/memahami-pentingnya-online-review-bagi-e-commerce-dan-toko-online/>
- Buku Metode Penelitian Sugiyono. (n.d.). Scribd. <https://id.scribd.com/document/391327717/Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono/>
- BAKRI. (2022, March 18). Contoh Responden Penelitian Dan Syarat Responden Penelitian. Biro Administrasi Kepegawaian, Karir dan Informasi Universitas Medan Area. <https://bakri.uma.ac.id/karakteristik-responden-penelitian/#:~:text=Lalu%2C%20tidak%20ada%20batasan%20pasti,adalah%2090%20hingga%20100%20orang>
- Canalys. 2022. “Time for change in India’s smart wearable market.” - the leading global technology market analyst firm. <https://canalys.com/insights/time-change-india-smart-wearable-market>
- CNN Indonesia. (n.d.) 2021. Berita Harian smart watch - CNNIndonesia. <https://www.cnnindonesia.com/tag/smart-watch>
- Curata. (2019). Content marketing—statistics, evidence and trends — 1827 marketing. 1827 Marketing. <https://1827marketing.com/smart-thinking/content-marketing-statistics-evidence-and-trends>
- Campbell et al. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. ResearchGate | Find and share research. https://www.researchgate.net/publication/342283195_Purposive_sampling:_complex_or_simple?Research_case_examples
- Chen Y., J. Xie. 2008. Online consumer review: Word-of-mouth as a new element of marketing communication mix. *Management Science*. 54(3) 477–491.
- Cheung, Christy M. K., and Dimple R. Thadani. 2010. “The Effectiveness of Electronic Word-of-Mouth Communication: A Literature Analysis.” 23rd Bled EConference ETrust: Implications for the Individual, Enterprises and Society - Proceedings 329–45.

- Campbell S, Watson B, Gibson A, et al.(2004) Comprehensive service and practice development: City Hospitals Sunderland's experience of patient journeys. *Practice Development in Health Care* 3(1): 15–26.
- Catatan Peneliti Tentang Metode Kuantitatif. (2021, December 14). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis | Universitas Muhammadiyah Riau. <https://feb.umri.ac.id/catatan-peneliti-tentang-metode-kuantitatif/>
- Daulay (2020). Analysis of customer relationship management and marketing strategies against competitive advantage on the company's distributor in Medan City. Retrieved from <https://eudl.eu/pdf/10.4108/eai.8-10-2018.2288694>
- Daulay. (2002). Welcome to Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie - Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. <https://eprints.kwikkiangie.ac.id/4156/3/BAB%20II%20KAJIAN%20PUS-TAKA.pdf>
- Elizabeth Meilyana, SE (Alumni of International Marketing). (2018, August 13). Content marketing. Global Business Marketing. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/13/content-marketing/>
- Fajarratri, D. A. (2010). Studi Mengenai Persepsi Risiko (Perceived Risk) terhadap Minat Beli Online Shopping (Kasus pada Toko Online www.Kaskus.com). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesi*, 111-127
- Ferdinand, Augusty, Prof. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BadanPenerbit Universitas Diponegoro.
- Filieri, R. (2015). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), 1261-1270
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Ghozali, I. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan ProgramSPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2022). Statistik Pengguna wearable tech Di Indonesia. <https://goodstats.id/article/statistik-pengguna-wearable-tech-di-indonesia-QbR6l>
- Hamid, A. C. (2022). Mengenal Pengertian brand image Dan Pentingnya untuk Bisnis ANDA | Aptana. Aptana Citra Solusindo. <https://aptana.co.id/blog-details/Apa-itu-Brand-Image-Pengertian-dan-Pentingnya-untuk-Bisnis-Anda--BL-44>

- Husain (2015) Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares (PLS) dengan smart PLS 3.0, Modul ajar jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas Brawijaya
- Hans, R. (2022, December 6). 4 Contoh Teknik Analisis data Kualitatif Yang Akurat. DQLab | Kursus Data Science Online Indonesia R Python. <https://dqlab.id/4-contoh-teknik-analisis-data-kualitatif-yang-akurat>
- Indri. (2019, December 24). Variabel Dan indikator skripsi indri. Scribd. <https://www.scribd.com/document/440769989/variabel-dan-indikator-skripsi-indri>
- Jatim Kontributor Kedua Ekonomi Kreatif Nasional. (2023, June 12). Bappeda Provinsi Jawa Timur. <https://bappeda.jatimprov.go.id/2023/06/12/jatim-kontributor-kedua-ekonomi-kreatif-nasional>
- Kompas Cyber Media. (2020). Berita Harian Pasar Smartwatch Terbaru Hari Ini - Kompas.com. KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/tag/pasar-smartwatch>
- Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Khofifah. (2023, June 12). Jatim Kontributor Kedua Ekonomi Kreatif Nasional. Bappeda Provinsi Jawa Timur. <https://bappeda.jatimprov.go.id/2023/06/12/jatim-kontributor-kedua-ekonomi-kreatif-nasional/>
- Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks
- Lusia oktaviani(2014) ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA MEREK), KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIE INSTAN SUPERMI (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Supermie di Kota Semarang). Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis..
- Merahputih (2022). Informasi Indonesia Banget, Berita Terkini - MerahPutih. <https://merahputih.com/post/read/penggunaan-smartwatch-meningkat-selama-`pandemi>
- Milhinhos, P. R. V. (2015). The Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case Videos & Tutorials and User-Generated Content. Brazilian School of Public and Business Administration. Retrieved from <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/16054>
- Maghfiroh, A., Arifin, Z., & Sunarti. (2016). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, 132-140.
- [Mengenal Brand Image dan Pentingnya bagi Bisnis | SSI \(startupstudio.id\)](#)
- Nielsen (2014), “Tech-styles: are consumers really interested in wearing tech on their sleeves?”,

- Nurdin (2019) *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL Media Sahabat Surabaya*, Surabaya. ISBN 9786239098438
- Nurhayati. (2017). "Belanja Online Sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa". *Journal Aceh Anthropological*. 1, (2), 1-22.
- Park S, et al. (2006) Yme2p is a mediator of nucleoid structure and number in mitochondria of the yeast *Saccharomyces cerevisiae*. *Curr Genet* 50(3):173-82
- Pulizzi, (2009). *Get content. Get customers*. McGraw Hill: New York
- Promo gratis Ongkir Jadi Alasan Utama Pengguna internet Belanja online. (2021, November 22). Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia | Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/promo-gratis-ongkir-jadi-alasan-utama-pengguna-internet-belanja-online>
- Putra. D. P. Suprihartini. L. Kurniawan. R. (2021) Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bahtera Inovasi*. Universitas Maritim Raja Ali Haji. Riau.
- Perdana. (2020, December 14). Catatan Peneliti Tentang Metode Kuantitatif. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis | Universitas Muhammadiyah Riau. <https://feb.umri.ac.id/catatan-peneliti-tentang-metode-kuantitatif/>
- Riadi, "Online Customer Review - Pengertian, Aspek, Syarat dan Indikator," 2 2023. [Online]. Available: <https://www.kajianpustaka.com/2023/02/online-customer-review.html>
- Rita, SE., M.Si (Faculty Member of International Marketing). (2018, March 27). Brand image. *Global Business Marketing*. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/03/27/brand-image/>
- Riyadini, N. G., & Krisnawati, W. (2022). *Content Marketing, Brand Awareness, and Online Customer Review on Housewives' Purchase Intention on Shopee*. *Interdisciplinary Social Studies*, 1(6), 733–741. <https://doi.org/10.55324/iss.v1i6.149>
- Rogers, E.M. (1995), *Diffusion of Innovations*, Free Press, New York, NY.
- Riska, Riska, Komariah, Kokom, & Jhoansyah, Dicky. (2020). Purchase Intention Pada Produk Skincare. *Syntax Idea*, 2(7), 255–263.
- Schiffman LG, Kanuk LL. 2007. *Perilaku Konsumen Ed-7*. Jakarta: PT Indeks.
- Startup studio indonesia. (2023, March 20). Mengenal brand image Dan Pentingnya bagi Kemajuan Bisnis. *StartupStudio.id – Fostering high quality early-stage startups*. <https://startupstudio.id/mengenal-brand-immage-dan-pentingnya-bagi-bisnis/>
- Salvatore, Dominick. (2005). "Ekonomi Manajerial Buku 2". Jakarta: Salemba Empat.

- Sari, C. A. (2015). "Perilaku Belanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga". *AntroUnairdotNet*. 4, (2), 1-12.
- Setiawan, R. (2013). "Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia". *Ilmu Komunikasi*. 1, (2), 355-374.
- Shidieq, F.M. 2002, Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Kepercayaan Konsumen Milenial Kota Bandar Lampung pada Aplikasi Shopee, Skripsi [online],
- Sukmadinata. 2012. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyolno. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyolno. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyolno. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing. Susanto, A.B., & Wijanarko, H. 2004. *Power Branding: Me smarterwithgartner/wearable-technology-beyond-smartwatches-3/*
- STIE INDONESIA. (2018). Welcome to Repository STEI - Repository STEI. <https://repository.stei.ac.id/2117/3/BAB%203.pdf>
- Top 10 content marketing statistics you should know in 2023. (2023, May 8). Google Translate. https://www-oberlo-com.translate.goog/blog/content-marketing-statistics?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Verdilla, V., & Albari, A. (2018). DAMPAK DIMENSI EKUITAS MEREK DALAM MEMBENTUK MINAT BELI ULANG. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(2), 81–90. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i2.802>
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer Engagement: Exploring Customer Relationships beyond Purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20, 122-146. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679200201>
- Wibisono, A. H., Kurniasih, D., Sumartiyah, E., Putri, R. N., Kurnia, D. A., Gultom, Y., & Dahlia, D. (2021). Developing the hypoglycemia-nursing early warning score system (Hy-newss): A pilot study. *Journal of Public Health Research*, 10(2), Article 2145. <https://doi.org/10.4081/jphr.2021.2145>
- Wandebori, H. (2016). The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on YouTube Toward Purchase Intention by Undergraduate Student in Indonesia. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science Journal*

Yoshinta, Y. O. (2020). Membangun brand image | Berita Diskop UKM Jawa Timur. Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. <https://diskopukm.jatimprov.go.id/berita/membangun-brand-image3>

Zazzle media. (2019). Digital Content Marketing Agency | Zazzle Media | Content-Led SEO. <https://www.zazzlemedia.co.uk/wp-content/uploads/2021/12/The-State-of-Content-Marketing-2019.pdf>