

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh mengenai Pengaruh *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness* J.A Seafood di Muaro Jambi dan berbagai uraian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Content marketing yang dilakukan oleh J.A Seafood terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap brand awareness. Strategi konten yang diterapkan melalui media sosial, khususnya Instagram, secara efektif mampu menarik perhatian dan membangun kesadaran konsumen terhadap merek J.A Seafood.
2. Konten yang disajikan oleh J.A Seafood bersifat informatif sekaligus persuasif, meliputi visual produk yang menarik, testimoni pelanggan, informasi mengenai kualitas bahan baku, serta menu yang ditawarkan. Hal ini menciptakan keterlibatan emosional antara konsumen dan brand, yang pada akhirnya meningkatkan pengenalan merek (brand recall), preferensi, hingga loyalitas konsumen.
3. Konsistensi dan relevansi content marketing menjadi faktor kunci keberhasilan dalam membentuk brand awareness. Konten yang mudah diakses, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan serta gaya hidup konsumen muda, menjadikan J.A Seafood lebih mudah diingat dan dipilih.
4. Karakteristik responden yang didominasi oleh perempuan berusia 17–24 tahun, berstatus sebagai mahasiswa atau pelajar, dengan uang saku Rp1–2 juta, menunjukkan bahwa segmen ini sangat responsif terhadap strategi digital marketing. Mereka aktif di media sosial dan cenderung terpengaruh oleh konten visual serta ulasan pengguna.
5. Lokasi J.A Seafood yang berada di Muaro Jambi memberikan keuntungan strategis karena berdekatan dengan kampus besar seperti Universitas Jambi dan UIN Sultan Thaha Saifuddin. Hal ini membuka peluang besar untuk menjangkau konsumen mahasiswa secara lebih maksimal.

6.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. *Brand J.A Seafood* dapat meningkatkan kualitas *content marketing* secara konsisten. Hal ini dapat dilakukan dengan rutin memproduksi dan membagikan konten yang menarik serta relevan di platform media sosial lainnya. Konten yang konsisten dan berkualitas akan membantu membangun kesadaran merek yang kuat di kalangan konsumen.
2. *Brand J.A Seafood* dapat mempertimbangkan untuk menyesuaikan konten dengan segmentasi pasar berdasarkan usia, pendapatan, dan preferensi pelanggan. Misalnya, kelompok pendapatan Rp1.000.000–Rp2.000.000 yang menjadi dominan dalam *brand awareness* dapat dijadikan fokus utama dengan konten yang lebih relevan secara sosial dan ekonomis.
3. *Brand J.A Seafood* sebaiknya meningkatkan nilai, kemudahan akses, dan terutama konsistensi *content marketing* dengan menjaga frekuensi dan keseragaman pesan agar *brand awareness* lebih optimal.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mendalami faktor-faktor yang memengaruhi indikator tersebut agar strategi *content marketing* bisa lebih efektif.
5. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menambahkan variabel-variabel yang belum dicantumkan seperti kualitas produk dan *electronic word of mouth*.