

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan judul pengaruh *Digital Marketing* (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kualitas Layanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang datanya sudah terkumpul dengan melakukan penyebaran kuisisioner sebanyak 163 responden sehingga dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda, bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. *Digital Marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo di Tokopedia Play,
2. Kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo di Tokopedia Play.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo di Tokopedia Play.

5.2 Saran

Bagi Perusahaan

1. *Digital Marketing*

Perusahaan disarankan untuk lebih memaksimalkan penggunaan platform digital dengan *konten* yang relevan dan menarik. Hal ini mencakup penggunaan media sosial untuk membangun keterlibatan konsumen, seperti live streaming yang disertai diskon eksklusif, guna meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan memperkuat keputusan pembelian konsumen.

2. Kualitas Produk

Perusahaan perlu terus memantau dan meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi harapan konsumen. Hal ini mencakup konsistensi dalam ukuran, bahan, dan desain yang sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

3. Kualitas Layanan

Meningkatkan pengalaman pelanggan, misalnya dengan menyediakan fitur tampilan produk yang lebih jelas pada platform digital, dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Langkah ini penting untuk

mengurangi keluhan terkait kualitas produk yang tidak sesuai harapan pelanggan.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini bisa menjadi sebuah wawasan baru bagi penulis mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian pada produk Erigo di Tokopediaplay. Penulis diharapkan bisa menggunakan hasil penelitian ini mejadi sebuah dasar dalam memperdalam pemahaman mengenai ilmu manajemen pemasaran dan menyempurnakan penelitian ini sebagai mana mestinya

