

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Digital *Marketing* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek iPhone (Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”, menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Digital *marketing* dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kabupaten Kuningan. Sehingga semakin baik digital *marketing* dan citra merek yang diberikan oleh perusahaan terhadap *smartphone* iPhone maka semakin tinggi pula keputusan pembelian pada konsumennya.
2. Digital *marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kabupaten Kuningan. Artinya apabila digital *marketing* ini ditingkatkan secara terus-menerus dengan baik maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kabupaten Kuningan. Artinya semakin baik citra merek maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui variabel digital *marketing* mengacu pada pernyataan angket terendah yaitu pada bulir ke 1 dengan indikator “*interactive*”, dimana bulir ke 1 menyatakan “Perusahaan menyediakan layanan konsultasi tentang produk *smartphone* iPhone secara online”. Oleh karena itu dalam upaya peningkatan keputusan pembelian dari variabel digital *marketing* perusahaan harus lebih sering lagi dalam membuka jasa konsultasi online untuk *smartphone* iPhone agar konsumen mendapatkan informasi yang cukup mengenai produk tersebut pada saat ingin membeli.

Perusahaan harus lebih sering lagi dalam membuka jasa konsultasi online untuk *smartphone* iPhone agar konsumen mendapatkan informasi yang cukup mengenai produk tersebut pada saat ingin membeli.

2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui variabel citra merek mengacu pada pernyataan angket terendah yaitu pada bulir ke 5 dengan indikator “Kegunaan atau manfaat”, dimana bulir ke 5 menyatakan “Produk *smartphone* iPhone memiliki fitur yng selalu bermanfaat”. Oleh karena itu, dalam upaya peningkatan Keputusan pembelian dari variabel citra merek Perusahaan harus lebih memperhatikan fitur-fitur pada *smartphone* iPhone agar lebih mudah di akses dan tentunya bermanfaat bagi konsumennya. Perusahaan harus lebih memperhatikan fitur-fitur pada *smartphone* iPhone agar lebih mudah di akses dan tentunya bermanfaat bagi konsumennya
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti variabel kualitas produk.