

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini dimaksudkan penulis agar dapat mengetahui apakah digital marketing dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Setelah penulis memperoleh data dari responden dalam bentuk kuisioner yang telah diisi, penulis kemudian mengolah data tersebut dengan aplikasi SPSS versi 23 maka diperoleh data sebagai berikut :

1. Digital marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Digital marketing dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil yang di dapat dari penelitian yang sudah dilakukan, maka diberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait yang bermanfaat bagi perusahaan Tokopedia, dan penelitian selanjutnya, maka saran yang dikemukakan antara lain:

1. Saran bagi pihak Tokopedia
 - a) Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa indikator proses dalam melakukan strategi digital marketing sudah cukup baik, sehingga disarankan agar pihak terkait dapat mempertahankan dan terus memperbaiki strategi pemasaran yang sebelumnya yang sudah di terapkan dengan baik, selanjutnya pihak terkait menyusun kembali strategi pemasarannya yang lebih baik dari yang sudah dilakukan sebelumnya.
 - b) Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa indikator kualitas pelayanan sudah cukup baik, sehingga disarankan agar pihak terkait dapat mempertahankan dan terus memperbaiki kualitas pelayanan pada tokopedia agar masyarakat luas lebih memilih berbelanja ditokopedia dibandingkan dengan marketplace lain.