

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab IV sebelumnya dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa terbukti :

1. Terdapat pengaruh Digital Marketing signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Di Tjangkir Kopi.
2. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan secara signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Di Tjangkir Kopi.
3. Terdapat pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Di Tjangkir Kopi.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Coffe Shop (Studi Kasus Di Tjangkir Kopi), maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Kepada Tjangkir Kopi :

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka Tjankir Kopi harus dapat mempertahankan Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan agar dapat menghasilkan Keputusan Pembelian yang baik terhadap Konsumen.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen.
4. Bagi penelitian selanjutnya disarankan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.
  5. Bagi akademisi bisa menjadi acuan untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan variabel yang diteliti di penelitian ini.

