

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari olah data menggunakan SPSS versi 26 dari hasil analisis mengenai kualitas produk (X_1), citra merek (X_2), *digital marketing* (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat kota bekasi produk Kahf, dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Kahf pada masyarakat Kota Bekasi, hal ini dikarenakan pelanggan merasa puas dengan kesesuaian produk Kahf terhadap spesifikasi yang diklaim dari produk Kahf.
2. Citra berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Kahf pada masyarakat kota Bekasi, hal ini dikarenakan pelanggan percaya dengan reputasi yang dimiliki produk Kahf sebagai produk profesional
3. *Digital marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan produk Kahf pada masyarakat Kota Bekasi, hal ini dikarenakan pelanggan percaya dengan konten yang diberikan sangat edukatif dan bermanfaat di platform digitalnya.
4. Kualitas produk, citra merek, *digital marketing* secara simultan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian produk Kahf pada masyarakat kota Bekasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran – saran untuk sebagai manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi dan bagi peneliti selanjutnya atas hasil penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan PT Paragon Innovation and Technology yang menciptakan produk Kahf diharapkan dapat menambahkan fitur tambahan yang ditawarkan produk Kahf untuk menambah nilai keseluruhan produk Kahf sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen sehingga dapat menciptakan kualitas produk yang semakin unggul. Sehingga konsumen akan loyal terhadap semua produk Kahf yang diproduksi oleh PT Paragon innovation and Technology. Mengingat persaingan yang semakin ketat seiring perkembangan zaman.
2. Bagi perusahaan PT Paragon Innovation and Technology yang membuat produk Kahf dapat menciptakan *branding* yang lebih kuat bahwa produk Kahf menggunakan teknologi modern. Sehingga konsumen akan semakin percaya bahwa semua produk Kahf menggunakan teknologi modern.
3. Bagi perusahaan PT Paragon Innovation and Technology yang menciptakan produk Kahf dapat membuat kampanye *digital marketing* dalam membagikan tips & trik yang menarik konsumen yang membuat para konsumen ingin mencoba produk Kahf sehingga konsumen akan tertarik dengan kampanye yang dibuat oleh pemasar produk Kahf. Mengingat *digital marketing* saat ini sangatlah penting.

4. Bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel – variabel yang belum dicantumkan pada penelitian ini, agar penelitian yang akan datang dapat mengetahui faktor lain dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

