

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis regresi ditunjukkan nilai $t_{hitung} (X_1) 10.598 > t_{tabel} 1,966$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif antara *digital marketing* (X_1) terhadap (Y) dengan nilai signifikan *digital marketing* $0,000 < 0,05$ H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara *word of mouth* terhadap minat beli pada Toko *Daily Fresh* dengan nilai $t_{hitung} (X_2) 6.830 > t_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pelayanan terhadap minat beli dengan nilai $t_{hitung} (X_3) 6.010 > t_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan *digital marketing*, *word of mouth*, dan kepuasan pelayanan terhadap minat beli pada Toko *Daily Fresh*. Didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 760.235 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,62 atau signifikan F sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan sebesar 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi semua pihak sebagai upaya untuk meningkatkan minat beli. Adapun saran yang dikemukakan :

1. Bagi perusahaan, perusahaan dapat menetapkan kebijakan media pasar *word of mouth* dan memperhatikan faktor sosial. Karena kedua faktor tersebut dapat berpengaruh terhadap minat beli.
2. Bagi peneliti, diharapkan mampu menambah populasi dalam penelitian ini yang mungkin akan memberikan hasil lebih baik dalam memprediksi peningkatan minat beli.
3. Bagi pembaca, hendaknya penulisan skripsi ini menjadi inspirasi dan menambah wawasan pengetahuan dalam membuat tulisan-tulisan yang berkaitan dengan teori minat beli serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.