

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Snackfood Pada PT Indofood Fortuna Makmur, berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Pembelian Snackfood Pada PT Indofood Fortuna Makmur.
2. Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Snackfood Pada PT Indofood Fortuna Makmur.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Snackfood Pada PT Indofood Fortuna Makmur
4. Digital Marketing berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Snackfood Pada PT Indofood Fortuna Makmur
5. Harga, Produk, Promosi dan Digital Marketing, secara simultan berpengaruh terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Snackfood Pada PT Indofood Fortuna Makmur.

## B. Saran

### 1. Bagi PT Indofood Fortuna Makmur

#### a. Harga

Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Snackfood*, oleh sebab itu Manajemen PT. Indofood Fortuna Makmur, memperhatikan harga jual produk *snackfood*, agar penjualan kembali meningkat, apalagi dengan adanya kompetitor sejenis yang menjual produk *snackfood* dengan harga yang lebih murah.

#### b. Produk,

Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Snackfood*, untuk itu PT Indofood Fortuna Makmur, sebaiknya mencoba melakukan inovasi produk agar penjualan kembali meningkat.

#### c. Promosi

Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Snackfood*, disarankan agar Manajemen lebih meningkatkan promosi, dengan demikian diharapkan konsumen kembali membeli produk *snackfood*.

#### d. Digital Marketing mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Snackfood*, oleh sebab itu pihak manajemen perlu mencoba melakukan promosi dengan menggunakan Digital marketing, yang tentunya diharapkan akan kembali meningkatkan penjualan.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya,

Saran bagi penelitian berikutnya, karena penelitian ini hanya menggunakan empat variable maka disarankan untuk penelitian selanjutnya menambahkan variable lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.