

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Sesuai hasil penelitiannya yang telah dilakukan bisa di simpulkan sebagai berikut:

1. *Digital marketing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Global Expedisi Solusi.
2. *Word of mouth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Global Expedisi Solusi.
3. Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Global Expedisi Solusi.
4. *Digital marketing, word of mouth,* dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Global Expedisi Solusi.

5.2. Saran

1. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan dalam berbagai hal penggunaan *digital marketing* agar bisa menjangkau pasar lebih luas tanpa batas seperti memanfaatkan berbagai sosial media, membangun website yang menarik dan menggunakan SEO agar dapat menaikkan blog perusahaan pada tingkatan teratas sehingga akan sering dikunjungi dan dikenali oleh banyak orang.

2. Perusahaan diharapkan dapat memperbaiki dalam segi kualitas pelayanan ataupun keamanan produk, karena tentunya *word of mouth* tidak akan berjalan jika dari segi kualitas pelayanan saja tidak baik.
3. Perusahaan diharapkan dapat membangun fondasi dari strategi pemasaran yakni kepercayaan, dengan memberikan informasi yang sesungguhnya dan relevan, transparan, menampilkan testimoni konsumen, dan sebagainya.
4. Bagi penelitian berikutnya dianjurkan dapat menggunakan lebih banyak sampel agar hasil dari penelitiannya mampu mencapai hasil yang lebih maksimal dibandingkan sebelumnya.