

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Didasari dengan perolehan penelitian serta seluruh penjelasan yang sudah dijabarkan, kemudian disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemasaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Honglin Crispy Chicken di Kota Batam.
2. Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Honglin Crispy Chicken di Kota Batam.
3. Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Honglin Crispy Chicken di Kota Batam.
4. Pemasaran Digital, Brand Image, dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Honglin Crispy Chicken di Kota Batam.

5.2 Saran

Didasari dengan seluruh hasil dari penjabaran serta kesimpulan di atas, maka saran yang dapat disebutkan terkait dengan penelitian ini ialah:

1. Pada variabel pemasaran digital, peneliti menyarankan Honglin Crispy Chicken agar dapat meningkatkan postingan yang menarik serta memberikan promo yang menarik pada media pemasaran agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Pada variabel *brand image*, peneliti menyarankan Honglin Crispy Chicken agar dapat lebih sering mempromosikan Honglin ditempat umum agar

3. Honglin Crispy Chicken dapat lebih dikenal oleh masyarakat umum untuk meningkatkan keputusan pembelian.
4. Pada variabel inovasi produk, peneliti menyarankan Honglin Crispy Chicken agar dapat melakukan inovasi produk pada Honglin Crispy Chicken dengan menambah lebih banyak pilihan makanan serta pilihan rasa agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.