

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penjelasan yang di urikan dalam bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* skintific dengan hasil nilai t hitung  $7.046 >$  nilai t tabel  $1,972$  dengan sig.  $0,000 < 0,05$ .

Dan variabel *electronic word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* skintific dengan hasil t hitung senilai  $7.397$  dengan nilai sig.  $0,000$  hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel *electronic word of mouth* nilai t hitung  $7.397 >$  nilai t tabel  $1,972$  begitu juga dengan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ .

Serta *digital marketing* dan *elecronic word of mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* skintific berdasarkan hasil uji anova dengan nilai f hitung  $699.532$  nilai  $>$  f tabel  $3,040$  dan sig.  $0,000 < 0,05$ .

## 5.2 Saran

Dalam pembahasan yang dijelaskan maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada produk skintific dapat memperhatikan beberapa indikator *digital marketing* sehingga dapat membeikan informasi yang jelas terhadap produk yang ditawarkan tersebut.
2. Diharapkan kepada produk skintific dapat membangun kepercayaan kepada konsumen agar dapat memberikan opini yang positif sehingga dapat memberikan pandangan yang baik terhadap produk yang mana agar dapat memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen.
3. Diharapkan untuk penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dan dapat mendorong peneliti lain untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambahkan variabel bebas agar dapat meningkatkan kualitas dalam penelitian yang dilakukan.