

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian yang telah dijelaskan menghasilkan beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Digital marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Viva cosmetic di kota Batam.
2. Influencer marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Viva cosmetic di kota Batam.
3. EWOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Viva cosmetic di kota Batam.
4. Digital Marketing, Influencer Marketing, dan EWOM secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Viva cosmetic di kota Batam.

5.2 Saran

Hasil penelitian ini menghasilkan rekomendasi seperti berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Viva Cosmetic untuk membuat strategi pembelian yang lebih baik.
2. Studi ini hanya menggunakan variable digital marketing, influencer marketing, dan E

3. WOM yang berefek di keputusan pembelian. Serta memasukkan variabel tambahan seperti pengaruh digital marketing, inovasi produk, dan brand image terhadap keputusan pembelian.
4. Marketing digital Viva Cosmetic untuk menjadi lebih kreatif dalam pengembangan akun media sosial agar tidak tertinggal dengan akun media sosial pesaing, terutama di era saat ini yang teknologi semakin berkembang pesat.
5. Memilih Influencer Marketing Viva Cosmetic untuk menjadi lebih selektif saat memilih siapa yang akan mempromosikan produknya karena jumlah pengikut mempengaruhi keputusan pembelian.
6. Saran perbaikan untuk kosmetik EWOM Viva adalah untuk memberikan banyak ulasan yang baik dan memberikan sedikit hadiah kepada pelanggan yang telah membeli produk untuk meninggalkan ulasan yang baik, karena ulasan yang baik dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka.