

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Kesimpulan akhir penelitian dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Variabel *influencer* Pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Tokopedia di Batam.
2. Variabel *digital marketing* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Tokopedia di Batam.
3. Variabel *brand image* mempunyai pengaruh positif dan signifikan kepada minat beli konsumen Tokopedia di Batam.
4. Variabel *influencer marketing*, *digital marketing* dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Tokopedia di Batam.

#### 5.2 Saran

Pada kesimpulan tersebut, saran peneliti untuk menyempurnakan penelitian ini adalah dibawah ini:

1. Perusahaan, terutama platform e-commerce seperti Tokopedia, harus terus mengoptimalkan penggunaan berbagai kanal digital marketing, termasuk media sosial, iklan berbayar, dan konten digital yang menarik, untuk meningkatkan minat beli konsumen.
2. Fokus pada upaya membangun dan memelihara citra merek yang positif dan konsisten sangat penting. Hal ini bisa dilakukan melalui strategi komunikasi

yang efektif, peningkatan kualitas layanan, dan memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

3. Lakukan pengukuran dan evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi digital marketing dan brand image. Gunakan data dan umpan balik konsumen untuk terus menyesuaikan dan meningkatkan pendekatan pemasaran yang digunakan, sehingga dapat lebih responsif terhadap perubahan preferensi dan kebutuhan pasar.