

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Dari temuan penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan dapat mengungkapkan simpulan yang dijelaskan berikut:

1. *Influencer marketing* (X1) berpengaruh positif dan tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) produk Ades.
2. *Digital marketing* (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) produk Ades.
3. Promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) produk Ades.
4. *Influencer marketing* (X1), *Digital marketing* (X2) dan Promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) produk Ades.

#### **5.2 Saran**

Setelah dapat mengungkapkan simpulan sehingga peneliti dapat memberikan saran yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Diharapkan Ades dapat memilih influencer yang tepat agar dapat meningkatkan kredibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar.

2. Diharapkan Ades dapat terus memperbaharui dan memperluas strategi *digital marketing* untuk menjangkau konsumen.
3. Diharapkan Ades dapat merancang kampanye promosi yang lebih menarik seperti diskon atau bundling.
4. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dan mendorong peneliti lain untuk memperluas cakupan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel relevan, sehingga dapat meningkatkan kualitas penelitian yang lebih baik.