

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Merujuk pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. *Digital marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Strategi pemasaran digital yang diterapkan Fore Coffee mampu mendorong minat dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.
2. Inovasi juga terbukti berperan secara positif dalam memengaruhi keputusan konsumen. Pembaruan produk maupun layanan yang dilakukan Fore Coffee dinilai efektif dalam meningkatkan daya tarik serta pengalaman pembelian.
3. Kualitas Produk turut memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendorong keputusan pembelian. Konsumen mempertimbangkan kualitas rasa, tampilan, dan konsistensi produk sebagai faktor utama dalam memilih Fore Coffee.
4. Ketiga variabel independen tersebut *Digital marketing*, Inovasi, dan Kualitas Produk secara bersama-sama terbukti memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi strategi pemasaran, inovasi berkelanjutan, dan kualitas produk yang terjaga mampu meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membeli produk Fore Coffee, khususnya di cabang Mega Mall Kota Batam.

5.2 Saran

Dengan mengacu pada temuan dan simpulan yang telah diperoleh, penulis menyampaikan sejumlah saran Yaitu :

1. Penulis menyarankan agar Fore Coffee terus mengoptimalkan digital marketing, khususnya promosi melalui media sosial, aplikasi pemesanan, dan konten interaktif guna menjaga daya tarik dan memperluas jangkauan pasar.
2. Dalam hal inovasi, perusahaan perlu terus menghadirkan pembaruan pada varian menu, cara penyajian, dan layanan untuk memberikan nilai tambah dan pengalaman baru bagi konsumen.
3. Fore Coffee juga perlu menjaga serta meningkatkan kualitas produk, terutama konsistensi rasa, tampilan, dan bahan baku, agar kepuasan dan kepercayaan konsumen tetap terjaga sehingga mendorong pembelian ulang.
4. Untuk mendukung keberlanjutan bisnis, disarankan Fore Coffee secara rutin mengevaluasi efektivitas strategi *Digital marketing* dan inovasi produk melalui umpan balik pelanggan agar dapat terus beradaptasi dengan tren dan preferensi pasar.
5. Peneliti berikutnya disarankan untuk menyertakan variabel lain yang mungkin turut memengaruhi keputusan pembelian, serta mempertimbangkan penggunaan metode kualitatif atau kombinasi metode guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.