

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dikaji berdasarkan hasil penjabaran dan analisis yang dibahas dalam penelitian ini, kesimpulan yang didapati adalah:

1. Digital marketing tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk Somethinc di Kota Batam
2. Brand awareness memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk Somethinc di Kota Batam
3. Brand image tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk Somethinc di Kota Batam
4. Digital marketing, Brand Awareness, dan Brand Image secara bersamaan memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian produk Somethinc di Kota Batam

5.2 Saran

1. Untuk perusahaan, bisa melakukan peningkatan dalam strategi digital marketingnya, dengan contoh seperti memanfaatkan trend yang sedang berlangsung untuk dapat menarik perhatian konsumen yang dapat mendukung terjadinya minat beli.

2. Untuk perusahaan, agar mempertahankan tingkat konsistensi dalam penerapan esensial dalam logo, simbol, dan karakteristik lainnya yang dapat memperkuat *recognition* pada brand yang mendorong konsumen untuk lebih mudah mengingat merek sehingga memungkinkan untuk terjadinya minat beli.
3. Untuk perusaah, agar mengembangkan dan mempertahankan citra merek dengan berfokus pada konsistensi produk dan layanan yang positif agar dapat membangun brand image yang semakin bagus di masa depan.
4. Untuk peneliti di masa depan agar dapat menambahi variabel independen selain digital marketing, brand awareness dan brand image dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi perbandingan maupun acuan untuk melakukan penelitian serupa lainnya.