

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah di kaji, dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Digital marketing* terhadap keputusan pembelian krupuk cap dua gajah Dengan nilai T_{hitung} untuk *Digital marketing* sebesar $7,084 > T_{tabel}$ sebesar 1,661 dengan probabilitas sebesar 0,000.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan pembelian krupuk cap dua gajah. Dengan nilai T_{hitung} untuk Digital Payment sebesar sebesar $6,502 > T_{tabel}$ sebesar 1,661 dengan probabilitas sebesar 0,000.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian krupuk cap dua gajah. Dengan nilai T_{hitung} untuk kualitas produk sebesar sebesar $8,771 > T_{tabel}$ sebesar 1,661 dengan probabilitas 0,000.
4. Hasil analisis secara simultan menunjukan *Digital marketing*, Citra Merek, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian krupuk cap dua gajah. Dengan hasil nilai F_{hitung} sebesar $65,339 > F_{tabel}$ sebesar 2,70 dengan probabilitas 0,000.

B. Saran

Pada penelitian ini saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut;

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 - a. Memperkuat strategi pemasaran digital seperti penggunaan media sosial, iklan online, dan konten digital lainnya untuk lebih meningkatkan visibilitas dan daya tarik merek Krupuk Cap Dua Gajah di kalangan konsumen.
 - b. Mempertahankan dan perbaiki citra merek Krupuk Cap Dua Gajah melalui program-program branding yang konsisten, promosi positif,

dan layanan pelanggan yang baik, untuk mempertahankan kepercayaan dan kesetiaan konsumen.

- c. Meningkatkan kualitas produk Krupuk Cap Dua Gajah dengan memperhatikan umpan balik konsumen, membuat packaging yang lebih menarik, inovasi dalam proses produksi, serta pemilihan bahan baku yang berkualitas, sehingga dapat memenuhi harapan konsumen dan membedakan produk dari pesaing.
 - d. Meintegrasikan strategi pemasaran dengan citra merek dan kualitas produk Krupuk Cap Dua Gajah untuk menciptakan kesan holistik yang positif bagi konsumen, sehingga meningkatkan keputusan pembelian mereka.
 - e. Melakukan monitoring dan evaluasi secara terus-menerus terhadap strategi pemasaran, citra merek, dan kualitas produk Krupuk Cap Dua Gajah, serta tanggapan konsumen, untuk dapat melakukan perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan sesuai dengan perubahan tren pasar dan kebutuhan konsumen.
2. Bagi Produsen Krupuk Cap Dua Gajah:
- a. Meningkatkan dan diversifikasi strategi pemasaran digital seperti penggunaan media sosial, iklan online, dan konten digital lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan konsumen.
 - b. Mempertahankan dan perkuat citra merek Krupuk Cap Dua Gajah melalui konsistensi dalam branding, produk dikembangkan dengan teknologi tinggi, promosi yang positif, dan pelayanan pelanggan yang baik, untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.
 - c. meningkatkan kualitas produk Krupuk Cap Dua Gajah dengan memperhatikan umpan balik konsumen, inovasi dalam proses produksi, dan pemilihan bahan baku berkualitas tinggi, sehingga dapat memenuhi harapan konsumen dan membedakan produk dari pesaing.

- d. Meintegrasikan strategi pemasaran dengan citra merek dan kualitas produk Krupuk Cap Dua Gajah untuk menciptakan kesan holistik yang positif bagi konsumen, sehingga meningkatkan keputusan pembelian mereka.
 - e. Melakukan analisis pasar dan persaingan secara berkala untuk memahami tren pasar dan strategi pesaing, serta untuk dapat merespon perubahan pasar dengan cepat dan tepat.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya:
- a. Melakukan penelitian lanjutan dengan memperluas cakupan sampel dan wilayah, serta menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, promosi, dan faktor lingkungan.
 - b. Menggunakan metode analisis yang lebih kompleks seperti analisis jalur (path analysis) atau structural equation modeling (SEM) untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dengan lebih mendalam.
 - c. Melakukan studi kasus dan riset kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Krupuk Cap Dua Gajah di tingkat individu atau kelompok.
 - d. Mendorong produsen Krupuk Cap Dua Gajah untuk menerapkan temuan penelitian dalam praktik pemasaran mereka, serta melakukan evaluasi terhadap implementasi tersebut untuk mendapatkan hasil yang optimal.