

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis gambaran digital marketing diperoleh nilai rata-rata terbesar yaitu mudah dipesan melalui transaksi online dan indikator yang memperoleh nilai rata-rata terendah yaitu penjual menjelaskan produk secara rinci. Hasil analisis dan olah data penelitian ini menunjukkan bahwa variabel digital marketing berpengaruh sangat kecil sebesar 4,34% sehingga dianggap tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan.
2. Berdasarkan hasil analisis gambaran kualitas produk diperoleh nilai rata-rata terbesar yaitu produk dapat dijadikan sebagai buah tangan (oleh-oleh) dan indikator dengan nilai rata-rata terendah yaitu terdapat informasi tanggal kadaluwarsa (*expired*) pada kemasan produk. Hasil analisis dan olah data penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan sebesar 36,25%.
3. Hasil analisis dan olah data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif secara simultan dan signifikan antara digital marketing dan kualitas produk terhadap minat pembelian Siwang Nounna Saritie sebesar 40,6%, hal ini menunjukkan bahwa Digital Marketing dan Kualitas Produk cukup efektif dilakukan untuk meningkatkan Minat Pembelian Konsumen Siwang Nounna Saritie.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel digital marketing yaitu penjual menjelaskan produknya secara rinci kepada pembeli. Dengan demikian sebaiknya penjual bisa lebih fast responmenjawab pertanyaan calon pembeli terutama mereka yang baru pertama akan membeli. Salah satu caranya dengan membalas pesan calon konsumen yang bertanya dengan cara lebih ramah dan santun atau dengan menjelaskan keuntungan yang didapatkan dari produk jika konsumen membeli produk itu, contohnya jika membeli banyak akan mendapat potongan harga atau bisa dengan mendeskripsikan bahan yang terdapat pada produk adalah bahan-bahan berkualitas, dan lain sebagainya.
2. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel kualitas produk yaitu terdapat informasi tanggal kadaluwarsa (*expire*) pada kemasan produk. Dengan demikian sebaiknya perusahaan Siwang Nounna Saritie harus lebih memperhatikan keterangan tanggal *expire* untuk dicetak pada bagian *packaging* yang sekiranya mudah terlihat oleh para pelanggan, dengan selalu mencantumkan tanggal *expire* pada setiap kemasan produk, konsumen/pelanggan jadi lebih mengetahui batas ketahanan dari si produk yang akan dibelinya. Kemudian sebaiknya perusahaan segera memberikan logo halal pada berbagai macam produknya supaya kualitasnya dapat lebih dipercaya oleh konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel minat pembelian yaitu saya berminat membeli produk saat pertama kali melihat. Dalam hal ini peneliti mengindikasikan bahwa konsumen atau pembeli tidak akan mudah terpengaruh dan langsung tertarik oleh tampilan dari sebuah produk yang terpajang, kecuali produk tersebut memiliki alasan yang membuat penasaran pembeli. Oleh sebab itu perusahaan jangan terlena dengan mengedepankan dari segi tampilan produk saja melainkan perusahaan harus lebih menginovasi produknya dengan cara membuat varian menu dan rasa yang unik dan kekinian.