

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Menurut hasil olah data dan uji hipotesis, penelitian ini telah menginvestigasi dampak *Digital Marketing* (X1), *E-WOM* (X2), dan *Brand Image* (X3) terhadap Minat Memilih Program Studi Bisnis Digital. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil:

1. *Digital Marketing* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Memilih Program Studi Bisnis Digital Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
2. *E-WOM* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Memilih Program Studi Bisnis Digital Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
3. *Brand Image* tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Memilih Program Studi Bisnis Digital Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan di atas, temuan hasil penelitian ini untuk program studi bisnis digital IIB Darmajaya, yaitu :

1. Menggunakan deskripsi/keterangan yang jelas, menggunakan tagar (#) atau *caption* yang sesuai ataupun menggunakan fitur penjelasan/efek teks, sehingga dapat membantu *audiens* yang mungkin memiliki kesulitan mendengar atau memahami audio untuk mempertahankan aksesibilitas baik bagi program studi bisnis digital IIB Darmajaya.
2. Konteks konten program studi bisnis digital IIB Darmajaya perlu mengidentifikasi tujuan dan *audiens*, membuat jadwal *posting* reguler guna membantu mempertahankan minat *follower* dan menjaga keterlibatan mereka, memahami tren dan topik terkini dalam bidang studi bisnis digital, serta menggali cerita unik terkait dengan program

studi bisnis digital untuk mempertahankan relevansi konten terhadap program studi bisnis digital IIB Darmajaya.

3. Lebih eksposur/menyiarkan kegiatan atau prestasi program studi bisnis digital IIB Darmajaya, baik dengan cara mempublikasikan kegiatan, proyek, ataupun prestasi mahasiswa program studi bisnis digital IIB Darmajaya karena tanpa eksposur yang memadai tersebut para siswa atau calon mahasiswa mungkin tidak menyadari kesan modern pada program studi bisnis digital IIB Darmajaya tersebut.