

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Push Digital Marketing* Dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung” dapat disimpulkan bahwa :

1. *Push Digital Marketing* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung. Karena semakin tinggi tingkat *push digital marketing* di dalam perusahaan akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen.
2. *Influencer* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung. *Review Influencer* adalah faktor yang dianggap penting terhadap keputusan pembelian konsumen, oleh karena itu sangat penting perusahaan meningkatkan kerjasama dengan *Influencer*.
3. *Push Digital Marketing* dan *Influencer* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung. Oleh karena itu, Perusahaan dapat menggunakan strategi *Push Digital Marketing* dan *Influencer* secara bersamaan yang dapat meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen.

#### 5.2 Saran

##### 5.2.1 Bagi Perusahaan

Strategi *Push Digital Marketing* sangat efektif dalam meningkatkan penjualan produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung, untuk itu peneliti menyarankan kepada pihak UMKM Spaghetti Tulang Lampung untuk membuat konten menarik dalam mempromosikan

produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung sehingga konsumen akan tertarik melakukan Keputusan pembelian.

### **5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Saran bagi peneliti selanjutnya berdasarkan hasil penelitian ini adalah dimana peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain seperti *Push Digital Marketing* dan *Influencer* sebagai variabel mempengaruhi keputusan pembelian produk UMKM Spaghetti Tulang Lampung.