

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Era Media Sosial: Studi Pada K-Poppers di Twitter yang Membeli Album Seventeen. Kesimpulan yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Digital Marketing* berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Di Era Media Sosial: Studi Pada K-Poppers Di Twitter Yang Membeli Album Seventeen.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Era Media Sosial: Studi Pada K-Poppers Di Twitter Yang Membeli Album Seventeen.
3. *Digital Marketing* Dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Era Media Sosial: Studi Pada K-Poppers Di Twitter Yang Membeli Album Seventeen.

5.2 Saran

Temuan studi ini memiliki beberapa implikasi untuk keputusan pembelian penggemar, termasuk strategi berikut :

- a. Variabel digital marketing. Sebuah perusahaan harus mengevaluasi setiap rencana pemasaran, membuat iklan yang menarik, meningkatkan kualitas situs web dan platform media sosial yang digunakan untuk memasarkan produknya agar pelanggan merasa nyaman selama proses pembelian . Ini akan meningkatkan pilihan pembelian yang dibuat oleh konsumen (penggemar K-Pop) untuk album seventeen.

- b. Variabel kualitas produk. Bagi konsumen, kualitas produk yang konsisten, nilai ekonomi dan daya tahan akan meningkatkan keputusan pembelian dan permintaan konsumen, serta menumbuhkan kepercayaan mereka terhadap produk. Akibatnya, bisnis harus secara konsisten mempertahankan kualitas tinggi dari produk yang mereka sediakan untuk memenuhi harapan pelanggan .
- c. Juga diharapkan penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel atau indikator tambahan yang belum ada dalam penelitian ini.