

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel strategi digital marketing memperoleh nilai T-statistic sebesar  $2,956 > 1,96$  dengan nilai P-value sebesar 0,003. Artinya strategi digital marketing berpengaruh signifikan terhadap minat beli, atau H1 diterima.
- b. Variabel jangkauan pasar memperoleh nilai T-statistic sebesar  $3,564 > 1,96$  dengan nilai P-value sebesar 0,000. Artinya jangkauan pasar berpengaruh signifikan terhadap minat beli, atau H2 diterima.
- c. Variabel inovasi produk memperoleh nilai T-statistic sebesar  $3,040 > 1,96$  dengan nilai P-value sebesar 0,000. Artinya inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, atau H3 diterima.

## **B. Saran**

### 1. Bagi Tempat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan umum tentang bagaimana variable penelitian.

### 2. Bagi peneliti di masa mendatang

Bagi peneliti di masa mendatang diharapkan lebih teliti dalam melakukan penelitian, seperti memahami dengan baik isi kuesioner yang di sebarkan kepada responden, agar data yang diperoleh benar-benar menunjukkan