BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh *Digital Marketing*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Agades di Kabupaten Labuhanbatu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Agades di Kabupaten Labuhanbatu. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,250 > t tabel 1,986 dan nilai signifikansi 0,002 < 0,05. Dengan demikian, H1 diterima.
2. *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Agades di Kabupaten Labuhanbatu. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 5,127 > t tabel 1,986 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H2 diterima.
3. Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Agades di Kabupaten Labuhanbatu. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,733 > t tabel 1,986 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H3 diterima.
4. *Digital Marketing, Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan Kesadaran Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Agades di Kabupaten Labuhanbatu. Hal ini

ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 24,368 > F tabel 2,70 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H4 diterima..

5. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,443. Hal ini menunjukkan bahwa *Digital Marketing*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan Kesadaran Merek secara bersama-sama mampu menjelaskan 44,3% variasi Keputusan Pembelian Produk Agades di Kabupaten Labuhanbatu. Sementara itu, sebesar 55,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh *Digital Marketing*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Agades di Kabupaten Labuhanbatu, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Agades, disarankan untuk meningkatkan strategi *Digital Marketing* dengan lebih aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Konten yang dibuat sebaiknya informatif, menarik, dan konsisten dalam memperkenalkan keunggulan serta manfaat Produk Agades sehingga dapat meningkatkan perhatian dan ketertarikan konsumen.
2. Bagi konsumen, disarankan untuk lebih bijak dalam mengambil keputusan pembelian Produk Agades dengan memperhatikan informasi mengenai produk, membaca ulasan atau rekomendasi dari konsumen lain, serta mempertimbangkan kualitas dan manfaat produk sebelum melakukan pembelian. Konsumen juga diharapkan dapat memberikan ulasan yang jujur

berdasarkan pengalaman penggunaan produk sehingga dapat membantu konsumen lainnya dalam menentukan keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, mengingat hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa masih terdapat 55,7% faktor lain yang dapat memengaruhi Keputusan Pembelian. Variabel tersebut dapat berupa harga, kualitas produk, promosi, kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, atau citra merek. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan cakupan responden dan wilayah penelitian yang lebih luas agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.