



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



A Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Platform B2B* EMOS PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut:

Digital Marketing melalui *website* pada PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk area Jakarta, berdasarkan persepsi pelanggan berada pada kategori baik/tinggi, secara model parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji t (parsial), yang memperoleh hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ serta signifikansi ($pvalue$) < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Digital Marketing melalui *SEO* pada PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk area Jakarta, berdasarkan persepsi pelanggan berada pada kategori baik/tinggi, secara model parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji t (parsial), yang memperoleh hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ serta signifikansi ($pvalue$) < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

B Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka peneliti memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Perusahaan

A. Pihak PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk, sebaiknya meningkatkan pemasaran produk melalui konten yang berisi informasi yang menarik

perhatian konsumen mengenai produk serta keunggulan-keunggulan dari produk.

- B. Pihak PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk, perlu selalu mengupdate aplikasi EMOS dengan membuat katalog produk yang lebih spesifik, agar para konsumen lebih mudah untuk mencari produk yang diinginkan.
- C. Perlu ditingkatkan *Digital Marketing* akses, *Digital Marketing* transaksi melalui berbagai media digital saat ini melalui saluran beberapa media sosial yang banyak digunakan saat ini seperti *Facebooks*, *Instagram*, *WhatsApps*, *Youtube* dan lain-lain.
- D. Keputusan pembelian perlu terus ditingkatkan karena berkaitan dengan keuntungan perusahaan dengan cara meningkatkan *direct marketing*, dalam menawarkan jasa dan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.

2. Untuk Peneliti Lain

Dibutuhkan penelitian lebih lanjut yang dilakukan oleh peneliti lainnya dengan menambahkan lagi faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terutama pada produk digital.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.