

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan yang menjelaskan secara keseluruhan dari penelitian ini, kesimpulannya sebagai berikut:

1. Daya Tarik pemasaran *digital* berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen di DKI Jakarta.
2. *Word of mouth* berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen di DKI Jakarta.

5.2 Saran

Saran untuk perusahaan dalam meningkatkan strategi daya tarik pemasaran *digital* dapat melakukan promosi secara besar-besaran dan mengikuti semua *event beautyfest* supaya produk Breylee makin dikenal banyak konsumen. Untuk meningkatkan strategi *word of mouth* dapat melakukan penyebaran rekomendasi produk Breylee kepada orang-orang terdekat seperti keluarga, teman, kerabat kerja, dan lain-lain. Dalam menyebarkan rekomendasi produk harus diutamakan kejujuran dalam *me-review* sebuah produk supaya konsumen tertarik, adanya kejujuran dalam merekomendasikan produk dapat membantu perusahaan meningkatkan niat beli para konsumen.

