

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan sesuai dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel *Digital Marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UMKM Mami Pia & Cookies.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UMKM Mami Pia & Cookies.
3. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel *Digital Marketing* dan *Brand Image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di UMKM Mami Pia & Cookies.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka terdapat beberapa saran yang ditujukan oleh beberapa pihak, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan/UMKM Mami Pia & Cookies

UMKM Mami Pia & Cookies dapat mengembangkan produknya dengan memberikan banyak varian rasa yang lain seperti : rasa stroberi, anggur, kurma, keju susu, dll. Sehingga dapat menarik perhatian konsumen serta dapat meningkatkan penjualan. UMKM Mami Pia & Cookies juga dapat memanfaatkan media sosial yang lain seperti :

Lazada, Tokopedia, Blibli.com, dan lain sebagainya, sebagai kegiatan pemasaran agar memasuki pasar yang lebih luas.

2. Bagi Pemilik Usaha Mami Pia & Cookies

Pemilik usaha Mami Pia & Cookies sebaiknya memperbanyak ilmu mengenai strategi penjualan pemasaran terutama dibidang promosi, yaitu dengan memberikan penawaran harga yang baik, seperti menawarkan potongan harga sesuai kondisi di UMKM setempat. Sehingga konsumen dapat lebih tertarik membeli di UMKM Mami Pia & Cookies, baik itu secara *online* maupun secara *offline*.

3. Bagi Konsumen Mami Pia & Cookies

Konsumen Mami Pia & Cookies sebaiknya lebih memperhatikan kualitas dari produk, sehingga dapat memenuhi kebutuhan serta dapat memperhatikan penawaran harga yang telah diberikan perusahaan secara teliti, sehingga tidak mengalami kerugian.

4. Bagi Calon Konsumen Mami Pia & Cookies

Calon konsumen Mami Pia & Cookies sebaiknya dapat mencari informasi sebelum melakukan pembelian dengan memperhatikan pengalaman dari konsumen yang lain, dan dapat melihat sosial media yang telah disediakan oleh perusahaan. Dengan begitu calon konsumen dapat mengetahui mengenai produk usaha, harga dari produk, dan kondisi dari perusahaan. Sehingga dapat mengurangi resiko dari pembelian.

5. Bagi Pemerintah Daerah Pasuruan

Pemerintah daerah Pasuruan terutama pada bagian Dinas Koperasi dan UKM, sebaiknya dapat memberikan pembinaan dan pemberdayaan UMKM secara menyeluruh, serta melakukan pemantauan perkembangan usaha dengan menyusun profil UMKM, sumber dari modal, serapan dari tenaga kerja, memperhatikan keuntungan

perusahaan, serta dapat memudahkan pinjaman modal kepada UMKM sesuai kondisi perusahaan.

6. Bagi Peneliti Selanjutnya

Perlunya dilakukan penelitian lanjutan, karena pada variabel dalam penelitian ini belum mencakup seluruh aspek yang ikut mempengaruhi keputusan pembelian. Pada penelitian ini hanya meneliti tentang *digital marketing* dan *brand image*. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel bebas yang lain, seperti: kualitas produk, harga produk, distribusi produk, kualitas pelayanan dan lain sebagainya. Sehingga hasil yang diperoleh dalam mempengaruhi keputusan pembelian akan semakin maksimal.