

BAB V

PENUTUP

1.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh *Content marketing*, *Copywriting* dan *Free gift* terhadap Keputusan pembelian produk Danolshop Jombang, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Danolshop Jombang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Copywriting* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Danolshop Jombang.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Free gift* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Danolshop Jombang.

5.2 SARAN

Copywriting dan *Free gift* yang telah diberikan oleh Danolshop diharapkan diperbaiki dan ditingkatkan. Agar *Copywriting* dan *Free gift* yang diberikan berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen yang membeli produk Danolshop Jombang. Selain itu juga jika *Copywriting* dan *Free gift* yang telah diperbaiki dapat juga meningkatkan penjualan produk Danolshop Jombang karena banyaknya konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Selain itu jika dilihat dari hasil kuesioner, responden yang telah mengisi kuesioner ternyata juga banyak memiliki *platform* TikTok. Maka peneliti menyarankan kepada Danolshop Jombang untuk menggunakan *platform* TikTok sebagai digital marketingnya untuk meningkatkan penjualannya.