

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Digital marketing* berkontribusi dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Feedmee.ind. Strategi *digital marketing* yang interaktif, informatif, dan konsisten mampu meningkatkan minat beli konsumen, khususnya pada segmen generasi muda.
2. *Brand awareness* berkontribusi dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tingginya tingkat pengenalan merek, logo, dan reputasi Feedmee.ind membuat konsumen lebih cenderung untuk membeli dan merekomendasikan produk.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Mempertahankan dan meningkatkan strategi *digital marketing* dengan membuat konten kreatif, interaktif, dan relevan di media sosial yang menjadi platform utama Gen Z, seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business.
2. Memperkuat *brand awareness* melalui konsistensi visual (logo, warna, dan desain kemasan), *storytelling brand*, serta meningkatkan kehadiran di event offline maupun online.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan membahas variabel lain di luar *digital marketing* agar hasilnya lebih komprehensi.