

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari pengolahan data yang dilaksanakan peneliti melalui analisis PLS, terdapat kesimpulan diantaranya:

1. *Brand image* positive memengaruhi keputusan pembelian *provider* IndiHome. Temuan didukung melalui hasil pengujian yang menyatakan bahwa *Provider* IndiHome sudah dikenal di semua kalangan memiliki skor yang paling tinggi. Semakin baik persepsi masyarakat terhadap *Brand Image* IndiHome, semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk memutuskan pembelian layanan tersebut. Hal ini terlihat dari tingginya skor *Brand Image*, meliputi aspek pengenalan, reputasi, daya tarik, dan loyalitas konsumen.
2. *Digital Marketing* juga positive memengaruhi keputusan pembelian *provider* IndiHome di Sidoarjo. Temuan didukung lewat hasil pengujian yang menyatakan bahwa *Digital Marketing* IndiHome membuat saya lebih tertarik untuk menggunakan layanan mereka juga memiliki skor yang paling tinggi. Strategi pemasaran digital seperti pemanfaatan media sosial, kampanye digital interaktif, serta kemudahan akses informasi terbukti mampu meningkatkan kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, dan persepsi harga layanan yang ditawarkan, sehingga mendorong konsumen untuk memilih IndiHome.

5.2 Saran

Dari temuan studi, dijelaskan sejumlah saran diantaranya:

1. Terus melakukan upaya penguatan *Brand Image* melalui peningkatan kualitas layanan, respons cepat terhadap keluhan pelanggan, serta konsistensi komunikasi visual dan pesan positif di setiap kanal promosi.
2. Meningkatkan kualitas *Content Marketing* yang informatif, inspiratif, dan relevan agar calon pelanggan memahami keunggulan serta manfaat layanan IndiHome.
3. Mengingat ruang lingkup variabel penelitian ini masih terbatas serta fokus terhadap satu merek dan *platform* tertentu, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel lain seperti *Brand Awareness* atau *Brand Trust*. Upaya ini diharapkan dapat memperluas cakupan temuan serta memberi pengetahuan secara luas tentang faktor-faktor yang berdampak pada keputusan pembelian diberbagai konteks serupa.