

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil Penelitian dan Pembahasan yang ada diatas dan data yang telah dikumpul serta dilakukan pengujian hipotesis dengan analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Digital Marketing* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan Pembelian, berdasarkan hasil penelitian yang berarti pengaruh searah yang dimana jika semakin tinggi. *Digital Marketing* yang ditetapkan oleh pihak café bilal maka semakin tinggi pula keputusan pembelian namun peningkatannya tidak signifikan.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Yang artinya Semakin naik indikator Harga yang ditetapkan oleh Pihak Manajemen pada Café Bilal Makassar, maka Keputusan Pembelian di Café Bilal Makassar semakin meningkat.

#### **B. SARAN**

##### **1. Bagi Café Bilal**

Bagi pihak cafe bilal, sebaiknya lebih memaksimalkan penggunaan berbagai platform dan kanal online seperti media sosial, situs web, dan mesin pencari, sehingga kafe dapat memperluas jangkauan pelanggan, memperkenalkan produk dan layanan mereka kepada target pasar yang

lebih luas, serta membangun koneksi yang lebih kuat dengan pelanggan potensial

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkan pada peneliti selanjutnya tidak berpaku pada faktor-faktor dalam penelitian ini yaitu *Digital marketing*, dan Harga namun dapat menambah faktor-faktor lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.