

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil pengujian hipotesis pertama variabel *digital marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah, maka hipotesis pertama diterima. Hipotesis ini diterima karena terdapat hubungan yang positif antara *digital marketing* terhadap keputusan nasabah, hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital melalui *website, search engine optimatin (SEO), media social, e-mail, affiliate marketing and streategic partnership* dapat meningkatkan keputusan nasabah menggunakan aplikasi *yaummi mobile*.

Hasil pengujian hipotesis kedua variabel *financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah, maka hipotesis kedua diterima. Hipotesis ini diterima karena terdapat hubungan positif antara *financial literacy* terhadap keputusan nasabah, hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya *financial literacy* nasabah dapat mengelola kuangnya dengan baik maka keputusan nasabah dalam menggunakan *yaummi mobile* juga meningkat.

B. Saran

Simpulan yang sudah diberikan memunculkan berbagai saran bagi pihak lain demi meningkatkan kebaikan dimasa mendatang. Saran peneliti yaitu:

1. Bagi KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah untuk lebih aktif lagi dalam mempromosikan produk-produknya melalui *digital marketing* dan perlu adanya peningkatan sosialisasi tentang *financial literacy* agar menjadi lebih baik kedepannya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya agar dapat menambah variabel atau indikator yang baru dan dapat menggunakan metode pengambilan sampel yang berbeda sehingga sampel penelitian lebih besar dan menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang akan diteliti serta dapat menabahnya teori-teori terbaru agar lebih baik dan juga relevan.