

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *digital marketing* dan pemasaran konvensional terhadap keberhasilan usaha Gen Z, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Gen Z. Artinya, semakin baik penerapan *digital marketing*, maka potensi keberhasilan usaha juga akan meningkat.
2. Pemasaran konvensional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Gen Z. Artinya, penerapan pemasaran konvensional masih memiliki peran dalam mendukung keberhasilan usaha.
3. *Digital marketing* dan pemasaran konvensional secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Gen Z. Artinya, kombinasi kedua strategi pemasaran tersebut dapat memberikan hasil yang lebih optimal dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha disarankan untuk lebih mengoptimalkan penggunaan *digital marketing*, terutama media sosial, karena terbukti memiliki pengaruh yang besar terhadap keberhasilan usaha.
2. Meskipun *digital marketing* memiliki peran yang lebih besar, pelaku usaha disarankan untuk tidak meninggalkan pemasaran konvensional. Karena, metode ini masih efektif dalam membangun kepercayaan dan interaksi langsung dengan konsumen. Maka, pelaku usaha perlu mengkombinasikan kedua strategi pemasaran tersebut untuk hasil yang lebih optimal.

3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan mengkaji dari generasi lain seperti generasi milenial. Sehingga, dapat dilakukan perbandingan antar generasi dalam penerapan strategi *digital marketing* dan pemasaran konvensional terhadap keberhasilan usaha untuk hasil penelitian yang lebih luas dan mendalam.

