

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan didapatkan kesimpulan dan saran sebagai berikut;

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Pengaruh pemasaran online dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di Desa Dendang sangat berpengaruh dan memiliki pengaruh signifikan dimana dari hasil penelitian terhadap 50 responden didapat hasil regresi $Y = 4.505 + 9.858 bX$ artinya jika tidak ada variabel pemasaran online yang mempengaruhi penjualan, maka penjualan sebesar 4.505 dan jika variabel pemasaran online meningkat sebesar satu satuan maka Penjualan akan meningkat sebesar 9.858 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.
2. Faktor yang mempengaruhi penjualan produk UMKM di Desa Dendang adalah 3 variabel utama yaitu konten media, produk, dan branding.
3. Hubungan pengaruh pemasaran online dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan produk UMKM di desa dendang didapat hasil regresi $Y = 4.505 + 9.858 bX$ dengan nilai tersebut maka dapat disimpulkan memiliki Tingkat validasi dan realibiliti yang tinggi.

5.2. Saran

Dalam penelitian ini, sebagai penulis memiliki saran sebagai berikut;

1. Pihak UMKM Desa Dendang harus lebih konsisten dalam penggunaan promosi melalui pemasaran digital.
2. Konten atau media sosial yang digunakan harus lebih dipilih yang lebih efektif sehingga penjualan lebih tepat sasaran.
3. Responden yang digunakan lebih banyak lagi untuk mendapatkan data yang lebih valid.