

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang strategi pemasaran digital untuk kepuasan pelanggan, pemasaran dapat ditingkatkan dengan menggunakan media sosial seperti Instagram. Hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai t hitung yang ditetapkan (19,817) > dari t tabel (1,674) menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Galeri Dekranasda Pangkalpinang. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Secara Parsial menunjukkan adanya pengaruh oleh variabel X terhadap kepuasan pelanggan di galeri dekranasda kota pangkalpinang.
3. Pada analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,01 < 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Selain itu, koefisien determinasi (R^2 square) adalah 0,881 yang menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependent sebesar 88,1%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka terdapat beberapa saran dibuat sehubungan dengan temuan penelitian ini, khususnya sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, peneliti sebaiknya memilih bahasa yang lebih mudah dipahami dan mudah dipahami oleh responden. Mereka juga harus memasukkan lebih banyak faktor untuk mendukung temuan penelitian ini.
2. Para pelaku usaha harus terus mengoptimalkan strategi pemasaran digital yang diterapkan guna meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar, sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan.