

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat di ambil sebagai kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Hal ini dibuktikan oleh pemilik usaha dagang Alame setelah memutuskan menggunakan digital marketing dapat meningkatkan pendapatan tersebut. Serta digital marketing juga mampu meningkatkan pendapatan dengan efisiensi waktu yang tidak terbatas.
2. Pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar di Kelurahan Kota Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, sesuai dengan konsep marketing yaitu 1). Produk (Product), 2). Harga (Price), 3). Promosi (Promotion), dan 4). Tempat (Place).
3. Berdasarkan hasil output penelitian diatas data uji Validitas variabel Pemasaran digital (X), dan variabel pendapatan (Y) dinyatakan Valid. Uji Realibilitas Variabel pemasaran digital (X) dan peningkatan pendapatan (Y) dinyatakan reliable. Dan uji Heteroskedastisitas setiap variabel dinyatakan tidak mengalami Heteroskedastisitas.

#### **B. Saran**

1. Untuk UD. Alame Sahlul Musayyar selanjutnya lebih memperluas untuk pemasaran produk yang mereka jual melalui pemasaran digital. Sehingga dengan mempeluas jangkauan tersebut dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang dijual yang pasti akan berdampak pada pendapatan UD. Alame Sahlul Musayyar.
3. Bagi perusahaan khususnya UD. Alame Sahlul Musayyar, tempat penulis melakukan penelitiannya, berharap dengan penerapan pemasaran digital melalui media sosial semakin banyak diketahui manfaat dan kegunaannya, sehingga banyak industri kreatif milik masyarakat menengah ke bawah.

4. Bagi peneliti selanjutnya, saya menyarankan untuk mempelajari internet marketing untuk mengetahui keagalannya dan membandingkan keberhasilannya, mencari perusahaan yang berhasil menerapkan digital marketing dan perusahaan yang belum.
5. Bagi para pengembang industri kreatif yang baru merintis usaha mencoba memasarkan produknya melalui media online. Menurut penulis, setelah penelitian ini penerapan pemasaran digital melalui media sosial sangat bermanfaat untuk menunjang pemasaran, memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Ruslam. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Badri, Sutrisno. 2012. *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Badudu, Mohamad Zain. 2001. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta. Pustaka Sinar Harapan.
- Burhan Bungin, M. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Fernandes, A. A. R. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*: Jakarta: Prenada Media Group.
- Ghazali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Edisi Ke Tujuh)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karo, S. M. br. 2020. *Pengaruh Iklan Marketplace Terhadap Minat Bisnis Online (Terpaan Iklan TOKOPEDIA Versi “Mulai Aja Dulu” Terhadap Minat Bisnis Online Mahasiswa Komunikasi Universitas Pertamina)*. Jakarta
- Khan, F., & Siddiqui, K. 2013. *The importance of digital marketing. an exploratory study to find the perception and effectiveness of digital marketing amongst the marketing professionals in pakistan. Journal of Information Systems & Operations Management*, 7(2).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2004. *Manajemen Pemasaran Ed. 13*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kuzma, J., Bell, V., Logue, C., 2014. *A study of the use of social media marketing in the football industry Journal of Emerging Computing and Information Sciences*, 5 (10).
- Maharizka, S. T. 2018. *Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Marketplace terhadap*. Mask di Bandung', *Prosiding Manajemen*, 4(2).
- Mujiyana, L. Sularto, dan M. A. Mukhyi. 2012. *Pengaruh Penerapan Periklanan DI Internet dan Pemasaran Melalui E-mail Produk UMKM di Wilayah Depok. Jurnal TI Undip*, 7 (3).

- Mursito. 2006. *Memahami Institusi Media (Sebuah Pengantar)*. Surakarta: Lindu Pustaka.
- Pradiani, T. 2018. *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2).
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. 2018. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah ( Umkm )*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1).
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis: Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta Selatan: Salempa Empat.
- Shinta Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press (UB Press), Malang.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Cet. 15;Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto. 2004. *Pemberdayaan Teknologi Informasi untuk Keunggulan Bisnis*. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 2 (1).
- Yulianto, A. 2015. *Kajian Internet Marketing Sebagai Salah Satu Media Pemasaran Industri Perhotelan*. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 6 (1).
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. 2013. *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo
- Wardhana, Aditya. 2015. *Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. Seminar Keuangan Dan Bisnis IV UPI
- Zuriah,Nurul. 2006. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Cet.15;Jakarta: PT Bumi Aksara.