

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Kesimpulan yang didapat menurut hitungan dan pembahasan yang sudah diuraikan penulis dari bab sebelumnya, bisa ditarik kesimpulan:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Digital marketing* terhadap tingkat penjualan PT Batam surya makmur. Pengaruh positif sebanyak 0,687 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebanyak  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $9,681 > t$  tabel 1,660. Berdampak antara *Digital marketing* dengan tingkat penjualan PT Batam surya makmur yang mana didapati indikasi bahwa dengan adanya *Digital marketing* bisa menyebabkan konsumen menjadi lebih efisien dan mudah dalam membeli produk obat dan tingkat penjualan pun naik.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap tingkat penjualan pada PT Batam surya makmur. Pengaruhnya positif sebanyak 0,334 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebanyak  $0,035 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,132 > t$  tabel 1,660. Berdampak antara kualitas pelayanan dengan tingkat penjualan PT Batam surya makmur yang mana didapati gejala bahwa kualitas pelayanan yang bermanfaat akan membuat konsumen menjadi loyal dan akan meningkatkan tingkat penjualan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Digital marketing* dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap tingkat penjualan PT Batam surya makmur. Menurut perolehan pengujian pada uji F didapati dengan secara

bersamaan *Digital marketing* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan, hal ini dijelaskan dengan nilai signifikansi sebanyak  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $49,652 > F$  tabel 3,09.

## 5.2 Saran

1. Dalam hasil penelitian yang dilaksanakan, variabel *Digital marketing* yang paling banyak dalam merajai tingkat penjualan. Maka dari itu, untuk perusahaan yang mau menaikkan tingkat penjualan yang harus dilaksanakan yaitu memanfaatkan *digital marketing* semaksimal mungkin agar pelanggan merasa nyaman dan mudah dalam melaksanakan transaksi dan dapat menaikkan tingkat penjualan.
2. Variabel kualitas pelayanan juga tidak kalah penting dalam menaikkan tingkat penjualan, maka dari itu perusahaan juga harus meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen agar konsumen lebih loyal kepada perusahaan.
3. Tingkat penjualan dipengaruhi oleh *Digital marketing* dan kualitas pelayanan sebanyak 49,6% sisanya sebanyak 50,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa memperbanyak variabel-variabel lain yang bisa mempengaruhi tingkat penjualan.