

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Majalengka. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil dari nilai $T_{hitung} 4,021 > T_{tabel} 1,660$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. *Marketplace* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Majalengka. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil dari nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $5,189 > 1,660$, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. *Digital marketing* dan *marketplace* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Majalengka. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu sebesar $(115,243 > 3,09)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

B. SARAN

1. Menerapkan *digital marketing* berdampak kuat terhadap keberlangsungan usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dapat berujung pada peningkatan pendapatan. Hal tersebut memungkinkan para pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualannya melalui *digital marketing*.
2. Menggunakan *marketplace* mempunyai pengaruh tinggi terhadap keberlanjutan usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Ini bisa menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penjualannya dalam kurun waktu yang cepat.