

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan, antara lain.

1. Variabel X1 (pemasaran digital)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi dari variabel pemasaran digital adalah 0,546 dan hal tersebut memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini menandakan bahwa pemilihan variabel pemasaran digital cukup tepat dalam upaya peningkatan pendapatan. Tak terkecuali dari hasil uji parsial pengaruh variabel pemasaran digital terhadap tingkat pendapatan menghasilkan nilai $t_{hitung} = 3.342$. Dikarenakan t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($3.342 > 1.990$) dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari pemasaran digital terhadap tingkat pendapatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Achmad Syakur (2021) yang berjudul "Pengaruh *Digital Marketing* dan Marketplace Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Semarang." Uji regresi menunjukkan bahwa *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, dengan $t_{hitung} 3,051 > t_{tabel} 1,984$. Koefisien *digital marketing* (X1) sebesar 0,165 menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan *digital marketing* akan meningkatkan pendapatan UMKM.

2. Variabel X2 (harga)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa regresi liner berganda di atas dapat dipahami bahwa hasil koefisien regresi dari variabel harga adalah 0,162 dan hal tersebut memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini menandakan bahwa pemilihan variabel harga cukup tepat didalam upaya peningkatan pendapatan. Akan tetapi dari hasil uji parsial pengaruh variabel harga terhadap tingkat pendapatan menghasilkan nilai $t_{hitung} = 0,666$. Dikarenakan t_{hitung} lebih kecil daripada t_{tabel}

($0,666 < 1.990$) dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 yaitu 0,508. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan variabel harga tidak tepat pada penelitian ini untuk mendukung upaya peningkatan pendapatan. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap tingkat pendapatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ni'mah Zahrotun (2022) yang berjudul "Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Pendapatan UMKM." Uji t menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, dengan thitung $1,612 < ttabel 1,668$ dan signifikansi $0,112 > 0,05$. Jadi, H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Variabel Y (pendapatan)

Berdasarkan nilai f hitung antara variabel pemasaran digital dan harga secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pendapatan. Nilai f hitung yang diperoleh jauh lebih besar nilainya daripada nilai f tabel ($5.749 > 3,11$) dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai signifikansi tersebut lebih rendah dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen (pemasaran digital dan harga) bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap variabel dependen (pendapatan).

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Ni'mah Zahrotun (2022) dari Institut Agama Islam Negeri Kudus yang berjudul "Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Pendapatan UMKM." Penelitian tersebut menunjukkan nilai uji F hitung 13,201, yang lebih besar dari 3,136, mengindikasikan adanya pengaruh signifikan antara *digital marketing* dan harga terhadap tingkat pendapatan.

B. Penutup

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah

Muhammad SAW, yang menjadi teladan bagi kita semua. Semoga kita semua diakui sebagai umatnya di hari kiamat nanti.

Akhirnya, penulis telah menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam karya ini. Terdapat berbagai keterbatasan serta kurangnya pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca agar skripsi ini dapat diperbaiki dan ditingkatkan.

Penulis juga ingin meminta maaf jika terdapat kekurangan atau kesalahan dalam penulisan ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi pedoman di masa mendatang, terutama bagi penulis sendiri dan umumnya bagi semua pihak yang membacanya.

