

BAB V

PENUTUP

A.Kesimpulan

1. Terlihat bahwa hasil dari perhitungan Uji T (parsial) dengan nilai t hitung ($6,539$) $>$ t tabel (0.196) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Berikut adalah hasil rata-rata dari angket yang telah disebarkan kepada 100 responden, baik untuk variabel X (Pemasaran online) maupun variabel Y (Keputusan Pembelian).
2. Terlihat bahwa angka R square adalah $0,304$ (adalah kuadratan dari koefisien atau $(0,551 \times 0,551)$) adapun nilai R square sebesar $0,304$ menunjukkan bahwa pemasaran online mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 30.4% dan sisanya 69.6% di pengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.
3. Terlihat bahwa hasil persamaan Uji Regresi Dalam kasus ini nilainya sebesar $5,846$ angka ini merupakan angka konstanta yang merupakan arti bahwa jika tidak ada Pemasaran Online (X) maka nilai minat (Y) adalah $0,645$ angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan nilai 1% tingkat Pemasaran Online (X) maka minat (Y) akan meningkat sebesar $0,645$

B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dalam penelitian ini, beberapa saran sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Saran Peningkatan :

Sebaiknya Distro Oraqler perlu menjaga dan meningkatkan citra positif yang sudah dimiliki sehingga konsumen akan terus memilih Distro Oraqler. Salah satunya adalah dengan cara meningkatkan pelayanan, desain yang lebih inovatif, meningkatkan kualitas produk, support dalam event-event seperti *j-cloth*, *skaters*, konser musik, menjadi sponsor acara-acara anak muda karena Distro Oraqler sudah dikenal banyak orang, kemudian menjadi top Distro lokal.

2. Saran Perbaikan :

Pemasaran online merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Distro Oraqler. Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yg dapat diberikan ;

- 1) Untuk pemasaran online. dengan dengan nilai terkecil dengan pernyataan “Marketplace Distro Oraqler di Shopee, Insagram akan mengirimkan produk yang saya beli sesuai dengan alamat tujuan” dengan mendapatkan nilai paling kecil. Agar produk yang dikirimkan yg dipesan oleh konsumen agar sesuai dengan alamat tepat dengan tujuan yang dipesan.
- 2) Untuk keputusan pembelian dengan nilai terkecil dengan Pernyataan. “Saya mendapatkan informasi Oraqler langsung dari pihak Oraqler” dengan mendapatkan nilai paling kecil. Agar di tingkatkan lagi brosur-brosur dan informasi mengenai produk Distro Oraqler agar produk tersebut banyak dikenal banyak Orang.