

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dan pembahasan yang dilakukan terkait kualitas produk, *content marketing* dan *marketing digital* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan. Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan, maka semakin besar potensi peningkatan kinerja penjualan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari, Digdowiseiso, & Safrina (2022) dan Andrian (2020) dengan hasil yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan. Artinya semakin baik kualitas produk maka kinerja penjualan semakin meningkat.
2. *Content Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan. Semakin efektif dan menarik *content marketing* yang diterapkan oleh perusahaan, akan meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja yang pada gilirannya dapat secara signifikan meningkatkan kinerja penjualan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2023) dan Yazgan & Hassan (2020) dengan hasil yang menunjukkan bahwa *content marketing* berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan. Artinya semakin menarik *content marketing* maka kinerja penjamal semakin meningkat.
3. *Marketing Digital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan. Semakin baik dan efektif penerapan *marketing digital*, maka meningkatkan kinerja penjualan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

Silviana (2023) dan Lestari, Digdowiseiso, & Safrina (2022) dengan hasil yang menunjukkan bahwa *marketing digital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan. Artinya semakin menarik dan efektif *marketing digital* maka kinerja penjualam semakin meningkat.

4. Kualitas Produk, *Content Marketing* dan *Marketing Digital* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Penjualan. Adanya kontribusi kualitas produk, *content marketing* dan *marketing digital* yang berkualitas, menarik dan efektif pada akhirnya berdampak positif pada peningkatan kinerja penjualan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari, Digdowiseiso, & Safrina (2022) dengan hasil yang menunjukkan bahwa Kualitas produk dan *marketing digital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan. Artinya semakin berkualitas sebuah produk serta menarik dan efektif *marketing digital* maka kinerja penjualam semakin meningkat.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapat hasil yang lebih baik. Keterbatasan-keterbatasan tersebut diantaranya:

1. Peneliti tidak mendampingi responden secara langsung dalam pengisian kuisisioner, sehingga memungkinkan adanya ketidakpahaman dari responden ketika mengisi kuisisioner.
2. Responden penelitian ini juga sangat terbatas hanya yang menjadi anggota komunitas *digital printing* Ponorogo, sehingga menyebabkan hasil penelitian ini hanya bisa menjelaskan kondisi pada komunitas *digital printing* Ponorogo.
3. Penelitian ini hanya terbatas pada faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan, yaitu kualitas produk, *content marketing* dan *marketing digital*.. Sedangkan masih

banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja penjualan namun tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 5.3 Saran

Menurut dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat berguna bagi beberapa pihak, adapun sarannya sebagai berikut :

#### 1. Bagi Komunitas *Digital Printing*

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi responden untuk kedepannya dalam mengambil keputusan, berikut sarannya :

##### a. Kualitas Produk

Pada pernyataan “Dari segi bahan dan harga, produk yang saya jual lebih unggul dan terjangkau diantara pesaing” masing – masing memiliki nilai terendah pada variabel X<sub>1</sub>. Sebaiknya responden lebih memperhatikan harga bahan serta harga jual agar lebih unggul dan terjangkau dari pesaing.

##### b. *Content Marketing*

Pada pernyataan “Saya bisa membuat content marketing yang memberikan Informasi produk secara update” memiliki nilai terendah pada variabel X<sub>2</sub>. Sebaiknya responden selalu update dalam membuat *content marketing* yang memberikan informasi produk.

##### c. *Marketing Digital*

Pada pernyataan “Saya mudah memahami dan menggunakan digital marketing” memiliki nilai terendah pada variabel X<sub>3</sub>. Sebaiknya responden mempelajari *digital marketing* agar dapat memahami dan menggunakan *digital marketing*.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah objek penelitian tidak hanya terbatas pada yang terdaftar sebagai anggota komunitas *digital printing* sehingga dapat dijadikan perbandingan hasil penelitian.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan menemukan variabel lain yang memberi sumbangan terpengaruhnya kinerja penjualan yang tidak dimasukkan dalam persamaan regresi berganda yang diajukan dalam penelitian ini. Seperti Promosi, Harga dan lain sebagainya

