

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka ada beberapa yang menjadi kesimpulan dalam pelaksanaan penelitian ini, antara lain:

1. Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh strategi pemasaran terhadap volume penjualan, dengan  $t$  hitung sebesar  $6,789 > t$  tabel yaitu  $2,034$  dan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel.
2. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar (58.3%) membuktikan bahwa strategi pemasaran berkontribusi besar terhadap peningkatan penjualan, sementara sisanya (41,7%) dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian yaitu digital marketing seperti media sosial (Instagram/Facebook), WhatsApp Business, atau *e-commerce* lokal (seperti Tokopedia/Shopee) dimana belum dimanfaatkan maksimal untuk jangkauan pasar yang lebih luas, dan analisis data pelanggan seperti riset perilaku konsumen mendalam misalnya: *customer feedback survey*, analisis tren pembelian.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, dan pembahasan serta kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti mengemukakan beberapa saran antara lain:

1. Saran pada PT. Narindo Solusi Telekomunikasi Tap Mandrehe Kabupaten Nias Barat agar dapat meningkatkan strategi pemasaran baik dari segi produk, harga dan lain sebagainya, dan dapat memperbaiki sinyal yang buruk pada area Kabupaten Nias Barat.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti strategi pelayanan untuk memperluas cakupan analisis serta memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan.