

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan dan berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, serta pembahasan yang telah dikemukakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji parsial membuktikan bahwa variabel X1 yaitu Strategi Pemasaran di Media Sosial (Facebook) adalah nilai t hitung  $4,338 > t$  tabel  $2,042$ , dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ , , maka hipotesis HA-1 diterima. Kemudian hasil uji parsial membuktikan bahwa variabel X2 yaitu Strategi Pemasaran di WebSite adalah nilai t-hitung  $4,164 > t$  tabel  $2,042$ , dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka hipotesis HA-2 diterima.
2. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa variabel X1 yaitu Strategi Pemasaran di Media Sosial (Facebook) dan Variabel X2 yaitu Strategi Pemasaran di WebSite mempunyai pengaruh secara simultan Terhadap variabel Y

yaitu Pendapatan Rental Mobil di CV. Sinar Banten Dijaya Kota Serang, dengan nilai  $f$ -hitung  $50.141 > f$  tabel  $4,171$ , dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ . maka  $H_0-3$  ditolak dan hipotesis yang diterima adalah  $H_A-3$ .

## **B. SARAN**

Berdasarkan pada analisis dan kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diajukan adalah:

1. Menjadi bahan evaluasi bagi pihak perusahaan rental mobil di CV. Sinar Banten Dijaya Kota Serang maupun pengusaha lainnya dalam meningkatkan pemasarannya dengan memperbaiki strategi pemasaran dan kegiatan pemasarannya.
2. Lebih memperhatikan lagi dalam hal pemasarannya, terutama pemasaran di media sosial maupun website.
3. Sebagai bahan referensi peneliti berikutnya yang berminat meneliti mengenai strategi pemasaran di media sosial (facebook) dan website.