# BAB V
# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti mengenai Endorsment Selebgram, Pemasaran Online, dan Keberadaan Ojek Online terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

1. Endorsment Selebgram Berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

   Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji t, Endorsment Selebgram ($X_1$) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) (Y), dapat dikatakan Nilai signifikansi variabel Endorsment Selebgram ($X_1$) adalah sebesar 0,130, dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 dan t hitung (1,559) lebih kecil dari t tabel (2,048), hasil tersebut menunjukkan bahwa H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh $X_1$ terhadap Y.

2. Pemasaran Online Berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

   Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji t, Pemasaran Online ($X_2$) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), sehingga membuktikan bahwa sehingga membuktikan bahwa Ha2 diterima dan H02 ditolak. Dapat dikatakan bahwa penerapan pemasaran online sudah sepenuhnya berhasil dan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

3. Keberadaan Ojek Online Berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

   Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji t, Keberadaan Ojek Online ($X_3$) berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN

Menengah), sehingga membuktikan bahwa Ha3 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh $X_3$ terhadap Y.

4. Endorsment Selebgram, Pemasaran Online, dan Keberadaan Ojek Online Berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji F, Endorsment Selebgram ($X_1$), Pemasaran Online ($X_2$), dan Keberadaan Ojek Online ($X_3$) secara simultan berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) (Y), sehingga membuktikan bahwa $Ha_4$ diterima dan $H0_4$ ditolak. Dapat dikatakan bahwa Endorsment Selebgram, Pemasaran Online, dan Keberadaan Ojek Online sudah baik dan berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

1. Untuk para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal diharapkan dapat terus mengembangkan strategi Endorsment Selebgram, Pemasaran Online, dan Ojek Online guna mencapai pendapatan/penghasilan yang lebih baik dan maksimal.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan jika ingin menggunakan judul yang sama dapat menggunakan variabel lain untuk diteliti yang memiliki pengaruh terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dan didukung oleh teori serta penelitian terbaru, hal ini agar hasil penelitian lebih akurat dan dapat membantu meningkatkan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel yang ada, sampel yang semakin banyak maka hasil analisis akan lebih akurat dan baik.
4. Penelitian-penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan teknik pengumpulan data seperti wawancara tidak dengan kuesioner saja, agar kedepannya hasil data

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

yang diperoleh lebih jelas dan lengkap.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN