

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan layanan logistik dalam peningkatan kinerja *digital marketing* pada Dagang Group Indonesia. Dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji regresi berganda yang telah dijelaskan pada bab IV dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel teknologi informasi dan komunikasi (TIK) (X1) memiliki koefisien regresi bertanda positif dengan hasil tingkat signifikansi (Uji T) di bawah 0,05 yakni sebesar $0,019 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis 1 (H₁) yang menyatakan bahwa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *digital marketing* dapat diterima.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel layanan logistik (X2) memiliki koefisien regresi bertanda positif dengan hasil tingkat signifikansi (Uji T) di atas 0,05 yakni sebesar $0,973 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis 2 (H₂) yang menyatakan bahwa layanan logistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *digital marketing* tidak dapat diterima.
3. Hasil perhitungan statistik (Uji F) secara simultan (bersama-sama) variabel teknologi informasi dan komunikasi (TIK) (X1) dan layanan logistik (X2), terhadap kinerja *digital marketing* (Y) diperoleh nilai signifikansi di atas 0,05 yakni sebesar $0,060 > 0,05$. Dengan demikian, hipotesis 3 (H₃) yang menyatakan bahwa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan layanan logistik secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *digital marketing* tidak dapat diterima dan berdasarkan uji koefisien determinasi, nilai *adjusted R square* diketahui sebesar 0,058. Artinya bahwa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan layanan logistik mempunyai pengaruh sebesar 5,8% dan sisanya sebesar 94,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka saran-saran yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada pihak manajemen Dagang Group Indonesia bisa mempertahankan dan berupaya untuk terus meningkatkan kualitas teknologi informasi dan komunikasi untuk menunjang kinerja harian.
2. Diharapkan kepada pihak perusahaan *marketplace* dan perusahaan jasa logistik untuk berupaya selalu memperbaiki kualitas perusahaan ke depannya.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian akan datang diharapkan lebih lengkap dan bervariasi dengan menambah variabel independen lain yang mempengaruhi kinerja *digital marketing* seperti *website traffic, social media engagement, email engagement rate, organic search, age and demographics of target audience, content quality, search trends and keyword analysis, brand awareness*
4. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode pengukuran berbeda yang dikembangkan oleh peneliti lain atau menggabungkan beberapa metode penelitian sehingga dapat menambah keragaman hasil penelitian.