

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Pengaruh Modal, Jam Operasional, dan Promosi Secara Simultan (Uji F):

Hasil dari analisis uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu Modal, Jam Operasional, dan Promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan penjualan produk SR12 Herbal Skincare di Kemitraan Toko Maya Hasan, di buktikan dengan nilai sig. (0,000) < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Modal (X1), Jam Operasional (X2), dan Promosi (X3) secara Simultan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y).

2. Pengaruh Modal, Jam Operasional, dan Promosi Secara Parsial (Uji T):

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.13, ketika variabel independen diteliti secara parsial, terdapat perbedaan pengaruh masing-masing variabel terhadap Pendapatan Penjualan SR12 Herbal Skincare. variabel Modal (X1) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,260 (> 0,05). Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y). variabel Jam Operasional (X2) justru menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,020 (<

0,05). Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Jam Operasional berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan. Sedangkan variabel Promosi (X_3) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y).

Secara keseluruhan, temuan dari penelitian ini menegaskan bahwa Jam Operasional dan Promosi merupakan faktor penting yang berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Penjualan, sementara Modal tidak memberikan pengaruh yang signifikan dalam konteks kemitraan SR12.

B. Saran

1. Bagi Mitra SR12

Mitra disarankan untuk memaksimalkan strategi promosi sebagai sarana utama untuk meningkatkan pendapatan. Penggunaan media sosial perlu ditingkatkan, baik dari segi frekuensi maupun kualitas konten promosi. Mitra juga dianjurkan untuk lebih aktif membangun interaksi dengan konsumen, memberikan testimoni yang meyakinkan, dan memanfaatkan personal branding atau influencer untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Fokus utama sebaiknya diarahkan pada peningkatan engagement digital dibandingkan menambah stok atau memperpanjang jam operasional toko.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian mendatang dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi pendapatan, seperti loyalitas pelanggan, kualitas layanan, atau kepuasan konsumen. Selain itu, akan lebih baik jika penelitian dilakukan dengan cakupan responden yang lebih luas dan metode yang lebih variatif, seperti metode campuran (*mixed methods*), guna mendapatkan hasil yang lebih komprehensif dan mendalam dalam memahami dinamika usaha berbasis kemitraan.