

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa, maka dapat disimpulkan mengenai pengaruh penggunaan QRIS dan promosi terhadap peningkatan *volume* penjualan UMKM di Kota Jambi sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial didapatkan nilai probabilitas 0,000 hal ini menunjukkan bahwa variabel QRIS berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan *volume* penjualan UMKM di Kota Jambi. Berdasarkan hasil uji secara parsial didapatkan nilai probabilitas 0,039 hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan *volume* penjualan UMKM di Kota Jambi. Secara simultan variabel QRIS dan promosi berpengaruh secara bersama sama terhadap peningkatan *volume* penjualan UMKM di Kota Jambi.
2. Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan *Standardized Coefficients Beta* menunjukan QRIS sebesar 0,371 dan promosi sebesar 0,193. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel QRIS memiliki pengaruh dominan terhadap peningkatan *volume* penjualan.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya Peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pelaku bisnis diharapkan untuk memastikan bahwa setiap transaksi sesuai dengan deskripsi produk yang tertera. Dengan menerapkan hal ini diharapkan sistem pembayaran QRIS dapat memberikan jaminan yang lebih baik sesuai dengan deskripsi produk sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mengurangi risiko

keamanan. Pelaku bisnis diharapkan memberikan informasi tentang usahanya untuk menarik konsumen membeli produk yang ditawarkan. Dengan cara fokus pada upaya perbaikan branding dan citra usaha, memperkuat identitas dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Pelaku bisnis juga diharapkan dapat menumbuhkan usaha agar meningkatnya pelanggan dan produk yang dihasilkan, dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen agar dapat menarik para konsumen dan melakukan inovasi dalam usaha mereka. Dengan begitu UMKM dapat bersaing dalam pasar yang terus berubah dan memperluas peluang pertumbuhan usaha mereka.

2. Bagi akademis, karena adanya keterbatasan dan kekurangan dipenelitian ini, maka diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dan memperluas penelitian dengan menambah variabel-variabel yang dapat mempengaruhi peningkatan *volume* penjualan sehingga analisisnya diharapkan lebih akurat.