

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai strategi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan tiket bus pada PT Rosalia Indah Transport Surakarta – Jawa Tengah maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

5.1.1 Strategi Pemasaran Digital Yang Diterapkan oleh PT Rosalia Indah Transport

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh PT Rosalia Indah Transport sangat efektif dan dapat berdampak dalam peningkatan penjualan tiket pada PT Rosalia Indah Transport yaitu mengalami peningkatan. Adapun strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh PT Rosalia Indah Transport sebagai berikut:

1. Iklan yang dilakukan oleh pihak PT Rosalia Indah Transport cukup efektif dalam meningkatkan penjualan tiket pada PT Rosalia Indah Transport. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa responden merasa bahwa Iklan online PT Rosalia Indah membantu mereka mengetahui rute-rute yang ditawarkan. Iklan digital juga membuat responden lebih menyadari promo tiket yang sedang berlangsung Dan juga responden lebih memilih layanan PT Rosalia Indah setelah melihat iklan online yang mempromosikan kenyamanan perjalanan.
2. Personal Selling yang dilakukan oleh pihak PT Rosalia Indah Transport cukup efektif dalam meningkatkan penjualan tiket PT Rosalia Indah Transport. Hasil

angket yang telah dianalisis menunjukkan bahwa interaksi dengan tim penjualan melalui fitur chat membantu responden memahami dengan lebih baik pilihan tiket yang ditawarkan. Responden juga merasa bahwa tim penjualan digital memberikan tanggapan secara cepat dan informatif. Selain itu responden juga cenderung lebih percaya pada PT Rosalia Indah setelah berinteraksi dengan tim penjualan secara online.

3. Sales Promotion yang dilakukan oleh PT Rosalia Indah Transport cukup efektif dalam meningkatkan penjualan tiket pada PT Rosalia Indah Transport. Hasil angket yang telah dianalisis menunjukkan bahwa penawaran khusus yang diberikan melalui promosi online membuat responden lebih termotivasi untuk membeli tiket sekarang daripada nanti. Responden juga merasa bahwa diskon tiket bus melalui promosi online memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan. Selain itu, promosi penjualan online memberikan kesempatan lebih baik untuk mendapatkan tiket dengan harga yang lebih terjangkau.
4. Publisitas yang dilakukan oleh pihak PT Rosalia Indah Transport cukup efektif dalam meningkatkan penjualan tiket pada PT Rosalia Indah Transport. Hasil angket yang telah dianalisis menunjukkan bahwa Artikel di internet memberikan gambaran positif kepada responden terhadap kualitas layanan PT Rosalia Indah. Review positif di internet membuat responden semakin percaya menggunakan layanan PT Rosalia Indah. Dan juga artikel tentang PT Rosalia Indah di internet mendorong saya melakukan pembelian tiket.
5. Public Relation yang dilakukan oleh pihak PT Rosalia Indah Transport cukup efektif dalam meningkatkan penjualan tiket pada PT Rosalia Indah Transport.

Hasil angket yang telah dianalisis menunjukkan bahwa responden merasa bahwa *Website* PT Rosalia Indah memudahkan pembelian tiket secara *online*. Media sosial Instagram PT Rosalia Indah juga memudahkan pelanggan mendapatkan informasi terkini. Selain itu, PT Rosalia Indah responsif terhadap *feedback* pelanggan di media online.

7. Direct Marketing yang dilakukan oleh pihak PT Rosalia Indah Transport dalam meningkatkan penjualan tiket pada PT Rosalia Indah Transport. Hasil angket yang telah dianalisis menunjukkan bahwa Materi pemasaran langsung seperti email membantu responden mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan pembelian tiket bus. Strategi *direct marketing* seperti pemberitahuan promo atau penawaran khusus melalui email bermanfaat dalam merencanakan perjalanan responden. Responden juga merasa bahwa pemasaran langsung memberikan kemudahan bagi responden untuk mendapatkan tiket dan menyelesaikan transaksi secara online.

5.1.2 Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Penjualan Tiket Bus pada PT Rosalia Indah Transport

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan uji t diperoleh hasil nilai uji t pada variabel strategi pemasaran digital (X) terhadap penjualan tiket bus pada PT Rosalia Indah Transport Surakarta – Jawa Tengah sebesar $19,584 > 1,99$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel strategi pemasaran digital terhadap penjualan tiket bus pada PT Rosalia Indah Transport Surakarta-Jawa Tengah, sehingga **hipotesis diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin tinggi strategi pemasaran digital maka

penjualan tiket bus pada PT Rosalia Indah Transport Surakarta-Jawa Tengah juga semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tersebut, maka peneliti dapat memberikan saran kepada beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi pihak PT Rosalia Indah Transport Surakarta-Jawa Tengah, hendaknya terus melakukan strategi pemasaran digital agar dapat terus meningkatkan penjualan tiket.
2. Membuat program loyalitas yang memberikan poin atau diskon bagi pelanggan yang sering menggunakan layanan, guna dapat mendorong pelanggan untuk memilih PT Rosalia Indah berulang kali.
3. Menggunakan jasa influencer lokal atau travel blogger untuk mempromosikan layanan bus PT Rosalia Indah melalui konten yang menarik dan autentik.
4. Bagi penelitian selanjutnya, agar menambahkan variable bebas lain yang mempengaruhi penjualan tiket yang tidak diteliti dalam penelitian ini.