

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai penerapan *digital marketing* di Jogjakustik15 dapat disimpulkan bahwa Jogjakustik15:

1. Jogjakustik15 menggunakan strategi *digital marketing* untuk memperluas jangkauan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Mereka memanfaatkan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) untuk promosi, WhatsApp untuk informasi promo, serta SEO dan Google Ads untuk meningkatkan visibilitas di Google. Selain itu, YouTube digunakan sebagai platform edukasi dengan konten tutorial dan review produk.
2. *Digital marketing* berpengaruh besar pada keputusan pembelian di Jogjakustik15. Melalui media sosial, iklan online, dan konten kreatif, mereka menarik perhatian konsumen dan memberikan informasi produk. Proses pembelian dimulai dari kesadaran kebutuhan, pencarian informasi, perbandingan, hingga keputusan pembelian. Kepuasan pelanggan berperan penting dalam reputasi bisnis, terbukti dari rating bintang 5 di Google Maps. Dengan pelayanan yang baik dan strategi pemasaran yang tepat, Jogjakustik15 berhasil mempertahankan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan penjualan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas mengenai penerapan strategi *digital marketing* yang telah dilakukan oleh Jogjakustik15, penulis memberikan saran

1. Sebaiknya Jogjakustik15 segera membuat dan mengembangkan sebuah *website* resmi perusahaan. Dengan adanya *website* resmi, calon konsumen akan memiliki akses yang lebih mudah untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan terkait produk-produk yang ditawarkan secara lengkap, relevan, dan terpercaya. Selain itu, keberadaan *website* juga dapat membantu memperkuat citra profesional Jogjakustik15 di mata konsumen, sekaligus memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan efisien.
2. Jogjakustik15 sebaiknya lebih memaksimalkan penggunaan media sosial dengan rutin mengadakan sesi live streaming di Instagram dan TikTok. Selain promosi langkah ini dapat meningkatkan interaksi dengan calon pelanggan, menjawab pertanyaan secara real-time, dan memberikan pengalaman personal. Strategi ini membantu membangun kedekatan emosional, meningkatkan kepercayaan, dan mendorong pembelian konsumen