



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan penulis mengenai strategi *digital marketing* Rollover Reaction dalam mengawali penjualan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Pendekatan SMART digunakan untuk mengukur keberhasilan *goals* dan objektif perusahaan yang realistis dan yang sesuai dengan nilai-nilai Rollover Reaction yaitu menciptakan rasa penasaran konsumen terhadap informasi yang dikemas secara kreatif dengan desain grafis yang menarik perhatian sehingga yang diharapkan upaya persuasi yang disampaikan melalui konten yang diunggah di Instagram dapat mengajak pelanggan untuk melakukan pembelian produk Rollover Reaction.
2. Rollover Reaction memahami bahwa *target audiencenya* adalah kelompok ekonomi kelas A dan B dengan usia 19-30 tahun yang memiliki kecenderungan sebagai pengguna aktif media sosial terutama Instagram sehingga dalam menciptakan sebuah konten visual, tim kreatif berupaya untuk menawarkan tema yang *fresh* guna menjangkau *target audience*.
3. Evaluasi merupakan hal yang penting yang dilakukan oleh Rollover Reaction guna mengidentifikasi keberhasilan strategi yang telah dilakukan selain itu hasil evaluasi dapat dijadikan sebagai modal yang dapat dijadikan sebagai bahan guna mencapai *goals* dimasa yang akan datang.

1.2 Saran

1.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian ini penulis dihadapkan pada keterbatasan dalam menemukan penelitian terdahulu sebagai pedoman dalam meneliti konsep *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, peneliti berharap kedepannya akan banyak penelitian yang membahas mengenai penerapan strategi *digital marketing* yang digunakan untuk mengembangkan pemahaman megawali penjualan dengan menggunakan metode dan teknik yang beragam.

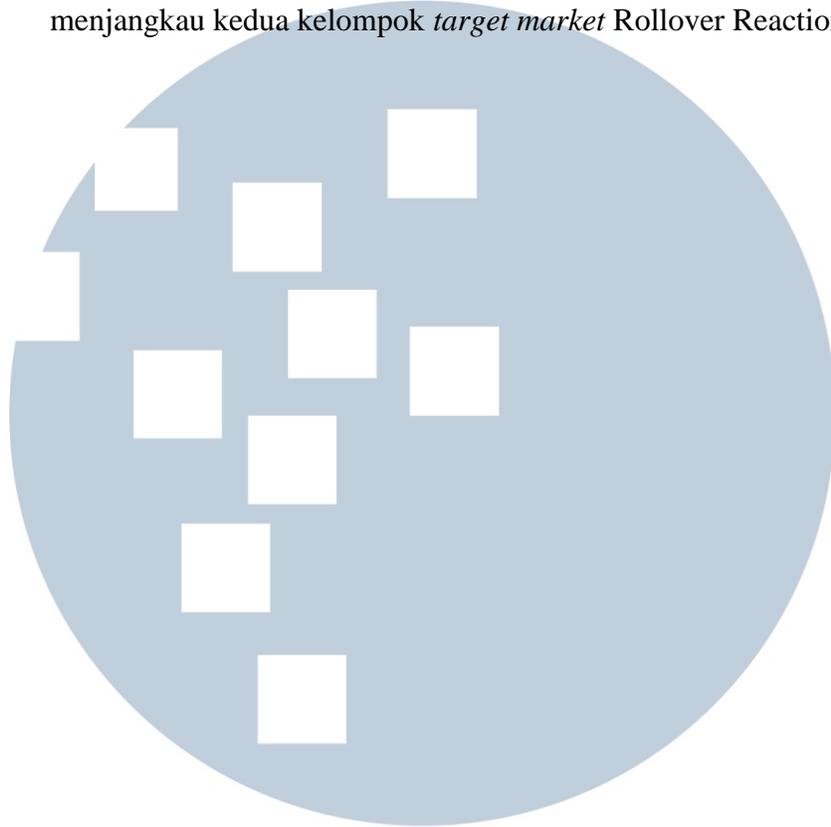
Selain itu, penulis berharap penelitian selanjutnya mampu menelusuri pemahaman dan penerapan *digital marketing* dalam mengawali penjualan. Sebagai contoh konkret, dapat dilakukan untuk memberikan penilaian terhadap pengetahuan dan penerapan *digital marketing* di Indonesia dengan praktik yang dilakukan dengan cara melakukan uji eksperimen. Penulis berharap, hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai pedoman dalam menyusun kurikulum terkait materi *digital marketing* dalam mengawali penjualan *di era digital* seperti saat ini.

1.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki saran untuk kepentingan praktis bagi Rollover Reaction, yaitu:

1. Sebagai *beauty brand* lokal yang dalam penerapannya menggunakan *digital marketing* dalam melakukan penjualan, penggunaan *email marketing* harus dapat digunakan secara maksimal guna membangun hubungan dengan konsumen secara personal.
2. *Target market* Rollover Reaction terbagi menjadi dua kelompok, yaitu usia muda 19 – 24 tahun dan orang dewasa yang bersuai 24 – 39 tahun yang termasuk kelas ekonomi A dan B sehingga dalam merancang konsep,

diperlukan koordinasi yang matang agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau kedua kelompok *target market* Rollover Reaction.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA