

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penjelasan dan hasil penelitian dari penulis mengenai implementasi digital marketing sebagai komunikasi pemasaran pada perusahaan PT Herco Digital Indonesia, dapat disimpulkan sebagai berikut :

5. Implementasi Digital Marketing pada perusahaan PT Herco Digital Indonesia berjalan sesuai dengan teori penelitian, yaitu dengan menerapkan *Google Ads*, *Social Media Marketing*, *Social Media Ads*, *Search Engine Optimization*, dan *Website Marketing*.
6. Berdasarkan hasil penelitian, dari ke-5 jenis digital marketing yang diterapkan oleh perusahaan PT Herco Digital Indonesia, *Google Ads* adalah jenis digital marketing yang paling banyak mendatangkan klien.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dari penulis terhadap implementasi digital marketing sebagai komunikasi pemasaran pada perusahaan PT Herco Digital Indonesia, penerapan digital marketing berdampak baik bagi tujuan perusahaan. Berdasarkan hasil rangkuman dari penelitian, berikut saran yang bisa penulis berikan untuk penelitian selanjutnya dan perusahaan terhadap pembahasan mengenai digital marketing di PT Herco Digital Indonesia :

1. Peneliti selanjutnya dapat lebih mendalami penelitian mengenai masing-masing jenis *digital marketing* yang terapkan oleh PT Herco Digital Indonesia dan melakukan pengukuran terhadap perusahaan
2. Peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih banyak sumber dan referensi terkait *digital marketing* dan mengkaji dari sudut *digital marketer* yang turut menerapkan *digital marketing* pada bisnis terutama pada *digital agency*.
3. Perusahaan diharapkan dapat fokus pada konsisten dan perkembangan konten di media sosial Tiktok, karena melihat media sosial Tiktok yang saat ini sedang tren digunakan oleh masyarakat luas.
4. Perusahaan diharapkan dapat fokus pada iklan facebook, tidak hanya google ads. Hal tersebut karena untuk mendapatkan insight dan traffic pelanggan dari 2 tempat yang berbeda dan saat ini juga penggunaan facebook dan Instagram semakin meningkat.