

BAB VI

Kesimpulan

6.1 Kesimpulan

- Kegiatan perencanaan pemasaran digital yang dilakukan SAÉ sudah direncanakan dengan baik. SAÉ sudah merencanakan apa saja yang akan dilakukan untuk pemasaran digitalnya yang sesuai dengan target pasar yang di buat. SAÉ melakukan pemasaran digitalnya melalui media sosial instagram.
- Dalam penerapan *digital marketingnya*, SAÉ baru menggunakan cara *softselling* dan *co-creation* saja.
- Setelah penerapan *digital marketing* sosial instagram dilakukan, hasil dari pemasaran digital yang telah berjalan belum maksimal, hal ini mungkin diakibatkan karena SAÉ hanya baru melakukan sebagian komponen *digital marketing* sosial media. Jika SAÉ melakukan seluruh tahapan kegiatan *digital marketing* sosial media yang ada, seharusnya hasil yang di dapatkan akan lebih baik lagi.

6.2 Saran

- SAÉ *Local* Indonesia harus mempertahankan kegiatan perencanaan *digital marketing* melalui sosial media instagram yang telah dilakukan agar kegiatan digital marketing yang dilakukan dapat menarik perhatian dari target pasar SAÉ.

- SAÉ *Local* Indonesia untuk meningkatkan penjualan yang kurang memuaskan, dapat mencoba melakukan relationship management yang ada dalam komponen/indikator pemasaran digital melalui sosial media. Hal ini dilakukan dengan harapan dengan melakukan semua komponen digital marketing sosial media yang ada dapat meningkatkan penjualan SAÉ.
- SAÉ *Local* Indonesia untuk lebih mengembangkan lagi kegiatan yang dilakukan dalam melakukan *softselling* dan *co-creationnya* dapat lebih mengembangkan lagi kegiatan *softselling* dan *co-creation* yang telah dilakukan, misalkan pada *softselling*, SAÉ mengkampanyekan atau memberikan edukasi tentang *design* produk *fashion* yang diusungnya. Dan untuk kegiatan *co-creation*, dalam melakukan kerjasama dengan *influencer* yang lebih berpengaruh, SAÉ dapat memberikan komisi pada setiap penjualan yang ada dari *followers influencer* tersebut agar *influencer* tersebut lebih tertarik dan lebih aktif dalam memperkenalkan dan menawarkan produk yang ditawarkan SAÉ.

Daftar Pustaka

- adistya, dhea. *Medium.com*. November 28, 2018.
<https://medium.com/@dheaadistya06/dampak-globalisasi-budaya-dea1055513e6> (accessed Desember 2019).
- Arijit Sikdar, Prakash Vel. "Getting the customer interested in your innovation: role of distribution and promotion strategies." *Business Strategy Series*, 2010.
- Aurélie Gandour, Amanda Regolini. "Web site search engine optimization: a case study of Fragfornet." 2011.
- Biggemann, Sergio. "Chapter 3 Modeling the structure of business-to-business relationships." *Organizational Culture, Business-to-Business Relationships, and Interfirm Networks*, 2010.
- Bisnis UKM. *BisnisUKM*. n.d. <https://bisnisukm.com/meraih-kesuksesan-dalam-industri-fashion.html> (accessed Desember 2019).
- Boram Park, SooKyoung Ahn, HaeJung Kim. "Blogging: mediating impacts of flow on motivational behavior." *Journal of Research in Interactive Marketing*, 2010.
- Carmen Neghina, Josée Bloemer, Marcel van Birgelen, Marjolein C.J. Caniëls. "Consumer motives and willingness to co-create in professional and generic services." *Journal of Service Management*, 2017.
- Chacon, Benjamin. *9 Popular Instagram Trends of 2019 (So Far)*. Juli 10, 2019.
<https://later.com/blog/instagram-trends-2019/> (accessed November 2019).
- Christine Domegan, Katie Collins, Martine Stead, Patricia McHugh, Tim Hughes. "Value co-creation in social marketing: functional or fanciful?" *Journal of Social Marketing*, 2013.
- Darryl Plecas, Amanda V. McCormick, Jason Levine, Patrick Neal, Irwin M. Cohen. "Evidence-based solution to information sharing between law enforcement agencies." *Policing: An International Journal*, 2011.
- dewaweb team. *dewaweb2018*. Januari 15, 2018.
<https://www.dewaweb.com/blog/tren-digital-marketing/> (accessed Desember 2019).
- Dimitra Chasanidou, Andrea Alessandro Gasparini, Eunji lee. "Design Thinking Methods and Tools for Innovation." 2015.
- Dr. Amelia Setiawan Damajanti Tanumihardja, Dra., M.Ak. *penerapan tatakelola pergirian tinggi melalui transparansi informasi di Website*. research reports,

- bandung: lembaga penelitian dan pengabdian kepada masyarakat universitas katolik parahyangan, 2017.
- Fenner, Susan. *Study.com*. Maret 09, 2018. <https://study.com/academy/lesson/one-way-communication-definition-advantages-examples.html#transcriptHeader> (accessed 2019).
- . *Study.com*. 2018. <https://study.com/academy/lesson/what-is-two-way-communication-definition-systems-examples.html> (accessed 2019).
- Garison, G. David. *Validity & Reliability*. USA: Statistical Publishing Associates, 2013.
- Heini Maarit Taiminen, Heikki Karjaluoto. "The usage of digital marketing channels in SMEs." *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2015: 633-651.
- Hsin Hsin Chang, Hamid Rizal, Hanudin Amin. "The determinants of consumer behavior towards email advertisement." *Internet Research*, 2013.
- Jesper C. Short, Christian Neilsen. "Using the business model canvas to improve investment process." *Journal of Reaserch in Marketing and Enterpreneurship*, 2018.
- kompasiana. *Tergesernya Budaya Asli Indonesia Oleh Budaya Barat*. Juni 2, 2016. <https://www.kompasiana.com/mochammadjimly/5750657bc723bde10ae99182/tergesernya-budaya-asli-indonesia-oleh-budaya-barat> (accessed November 2019).
- Lipiäinen, Heini Sisko Maarit. "CRM in the digital age: implementation of CRM in three contemporary B2B firms." *Journal of Systems and Information Technology*, 2015.
- Lipiäinen, Heini Sisko Maarit. "CRM in the digital age: implementation of CRM in three contemporary B2B firms." *Journal of Systems and Information Technology*, 2015.
- Liputan6. *Jumlah Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia Terbesar ke-4 di Dunia*. Juni 26, 2019. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3998624/jumlah-pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia> (accessed November 2019).
- Malte Brettel, Andrea Spilker-Attig. "Online advertising effectiveness: a cross-cultural comparison." *Journal of Research in Interactive Marketing*, 2010.
- Manning, Jimmie. "Social media, definition and classes of. In K. Harvey (Ed.)." *Encyclopedia of social media and politics*, 2014.
- Maxwell, Joseph Alex. *Designing a Qualitative Study*. USA: Resarch Gate, 2009.
- Media Indonesia. *mediaindonesia.com*. November 29, 2018. <https://mediaindonesia.com/read/detail/200832-guruh-soekarnoputra-ingin-milenial-melek-budaya-sendiri> (accessed Desember 2019).

- Paul Edwin Ketelaar, Ruben Konig , Edith G. Smit , Helge Thorbjørnsen. "In ads we trust. Religiousness as a predictor of advertising trustworthiness and avoidance." *Journal of Consumer Marketing*, 2015.
- Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2013.
- Rainer Olbrich, Carsten D. Schultz. "Multichannel advertising: does print advertising affect search engine advertising?" *European Journal of Marketing*, 2014.
- Ranggawari, Gisesya. *warta kota*. Juni 1, 2019.
<https://wartakota.tribunnews.com/2019/06/01/jakcloth-lebaran-2019-alami-peningkatan-jumlah-pengunjung> (accessed Desember 2019).
- Ruth N. Bolton, Crina O. Tarasi. "Managing Customer Relationships." *Review of Marketing Research*, 2007.
- Silfa Humairah Utami, Risna Halidi. *Suara.com*. Mei 26, 2019.
<https://www.suara.com/lifestyle/2019/05/26/231635/hari-pertama-pengunjung-jakcloth-lebaran-membludak> (accessed Desember 2019).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- TheFreeDictionary.com. *The Free Dictionary By Farlex*. 2016.
<https://www.thefreedictionary.com/website> (accessed 2019).
- tuasikal, dita. *geotimes*. agustus 12, 2018. <https://geotimes.co.id/opini/kearifan-lokal-generasi-muda-di-era-milenial/> (accessed desember 2019).
- Uma, Sekaran. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Wendy Ritz, Marco Wolf, Shaun McQuitty. "Digital marketing adoption and success for small business." *Interactive Marketing*, 2019: 179-180.
- Yin, Robert K. *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press, 2011.