

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian mengenai implementasi strategi digital marketing pada PT. Astra Daihatsu Cabang Padang penulis dapat menarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

1. PT. Astra Daihatsu Cabang Padang melakukan implementasi strategi digital marketing menggunakan sebuah aplikasi yang bernama *Astra Daihatsu Mobile* dengan ini konsumen bisa dengan mudah mencari informasi mengenai produk dan perusahaan PT. Astra Daihatsu Cabang Padang sehingga strategi ini efektif untuk digunakan.
2. PT. Astra Daihatsu Cabang Padang memiliki beberapa keunggulan dalam strategi digital marketing yang diterapkannya seperti: konsumen bisa dengan mudah mencari informasi produk, jangkauan yang luas, tak terbatas, hemat biaya, cepat, hemat waktu dan bisa dengan mudah berkomunikasi dengan konsumen.
3. Beberapa kendala atau masalah yang dialami selama penerapan strategi digital marketing, yaitu biaya modal yang tinggi, kendala jaringan, kurangnya kepercayaan konsumen, konten yang dibuat harus menarik dan kendala dalam pembayaran.
4. Solusi PT. Astra Daihatsu Cabang Padang dalam mengatasi kendala yang terjadi yaitu, menghubungi konsumen dan meminta maaf, menunjukkan cara melakukan pembayaran dan meyakinkan konsumen.

5.2. Saran

1. PT. Astra Daihatsu Cabang Padang harus lebih memanfaatkan lagi akun media sosial yang ada, karna pemanfaatan media sosial sangat diperlukan untuk melihat respon konsumen.
2. PT. Astra Daihatsu Cabang Padang harus selalu mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya, serta mengikuti perkembangan dalam dunia bisnis agar selalu mengalami peningkatan.
3. Gunakan kegiatan promosi atau buat konten yang menarik, efektif dan efisien agar bisa mempengaruhi konsumen dalam ruang lingkup yang luas.

