

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada BAB IV sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan penelitian dengan judul **“Pengaruh Strategi *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen di Era Pandemi Covid-19”** (Studi Kasus Pada Pengguna *Marketplace Shopee* di Provinsi Jawa Barat) adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari kajian Pustaka, diketahui bahwa ada tiga strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh *marketplace* Shopee, yaitu:
  - ✓ Teknik pemasaran yang sesuai dengan trend. Dengan mengikuti trend yang sedang viral dimasyarakat Shopee dapat dengan mudah mendapatkan perhatian konsumen.
  - ✓ Memaksimalkan media digital sebagai tempat promosi, seperti menggunakan tujuh strategi *digital marketing*.
  - ✓ Menerapkan Bauran Pemasaran Digital 4C, yaitu *co-creation*, *currency*, *communal activation*, dan *conversation*.
2. Berdasarkan perhitungan data diperoleh koefisien korelasi  $r$  sebesar 0,718 yang menunjukkan terdapat korelasi yang erat, artinya antara strategi *digital marketing* dengan minat beli konsumen terdapat hubungan yang erat. Untuk koefisien determinan diperoleh hasil sebesar 0,515, nilai ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen dipengaruhi oleh strategi *digital marketing* sebesar

51,50%, selain itu banyak faktor-faktor yang menjadi penyebab peningkatan atau penurunan minat beli konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

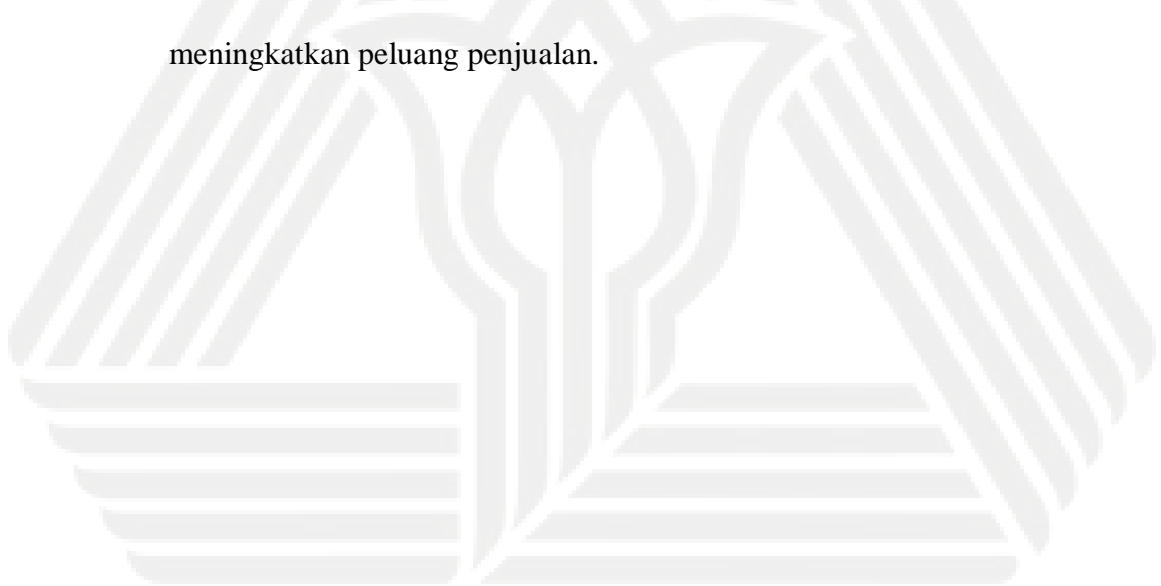
3. Berdasarkan hasil dari pembahasan diatas, diketahui bahwa ada tiga strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan strategi digital marketing Shopee, yaitu:

- ✓ Menetapkan strategi pemasaran STP pada bisnis digital, yaitu *Segmenting*, *Positioning*, dan *Targeting* yang merupakan suatu proses menyeluruh dari mulai perencanaan hingga gambaran secara terperinci pelaksanaannya pada kurun waktu tertentu.
- ✓ Mempertahankan keunggulan yang tidak dimiliki kompetitor, sebagai contoh dari laporan DailySocial, Shopee mendapatkan peringkat yang tinggi dalam hal produk murah dan biaya pengiriman gratis.
- ✓ Menjaga skema bisnis sebagai *e-commerce* melalui komunikasi yang terjalin agar keberadaan *e-commerce* seperti ini dapat menguntungkan semua pihak yang terlibat seperti penyedia jasa *marketplace*, *seller*, hingga konsumen individu.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan berdasarkan pembahasan diatas, sekiranya dapat menjadi bahan pertimbangan khususnya dalam pengaruh strategi digital marketing terhadap minat beli konsumen di era pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut:

- a. Antusiasme masyarakat dalam menggunakan Shopee khususnya saat pandemi yang meyebabkan peningkatan transaksi haruslah dikontrol oleh Shopee dengan baik, sehingga memperkecil kemungkinan adanya resiko *excess demand*, sehingga pelayanan yang diberikan oleh Shopee terhadap konsumen senantiasa stabil demi tercapainya kepuasan konsumen.
- b. Besarnya pengaruh *digital marketing* dalam meningkatkan minat beli konsumen di era pandemi Covid-19 haruslah dimanfaatkan dengan baik, salah satunya adalah dengan terus menciptakan inovasi-inovasi khususnya dibidang marketing dengan menggunakan platform digital untuk terus meningkatkan peluang penjualan.



IKOPIN