

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab – bab sebelumnya mengenai implementasi strategi *digital marketing* dengan *homepage* berbasis *AIDA* studi kasus www.stimata.ac.id, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi metode *AIDA* pada *homepage* stimata.ac.id dapat membuat pengunjung tertarik dan memberikan konversi pengunjung yang ingin mendaftar di Kampus STIMATA meskipun dari prinsip *attention* pengunjung dan calon pendaftar lebih tertarik dengan halaman program studi S1 Sistem Informasi dengan lama sesi durasi 19 menit 36 detik, namun demikian dilihat dari jumlah pengunjung yang *interest* sebesar 92, kemudian 15 pengunjung yang memiliki keinginan untuk mengunduh brosur, dari beberapa proses prinsip *AIDA* yang diterapkan pengunjung dan calon pendaftar yang melakukan aksi sebanyak 45 *engagements* .

Strategi digital marketing menggunakan *homepage* berbasis *AIDA* yang diusulkan sudah dapat meningkatkan jumlah konversi pengunjung dan calon pendaftar yang tertarik untuk mendaftar di Kampus STIMATA.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan serta agar implementasi strategi *digital marketing* menggunakan *homepage website* berjalan lebih baik dan lebih maksimal maka diperlukan beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi tim PMB dan peneliti selanjutnya, yaitu Agar strategi *digital marketing* pada *homepage* atau *website* lebih maksimal selain implementasi metode *AIDA* penerapan *SEO* juga dapat menunjang *traffic homepage* dan *website* sebagai media *digital marketing*.