

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penurunan dan Promosi, Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada Penerapan Strategi *Digital Marketing* Dengan Teknologi *Chatbot* tersebut, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Chatbot* memiliki peran yang sangat penting dalam penerapan strategi *digital marketing* di PT Logika Berbicara Indonesia. Penggunaan *chatbot* telah terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi dengan pelanggan, memberikan informasi produk yang relevan, mempercepat proses pembelian, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. *Chatbot* juga memberikan manfaat dalam meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dengan memberikan layanan yang responsif dan otomatis. Selain itu, *chatbot* dapat mengumpulkan dan menganalisis data perilaku pelanggan, yang memberikan wawasan berharga untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan personalisasi komunikasi dengan pelanggan.
- c. Penggunaan *chatbot* dalam strategi pemasaran perusahaan memberikan keuntungan kompetitif dengan pengumpulan dan analisis data perilaku pelanggan. Dengan menganalisis data ini, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran, mengidentifikasi peluang bisnis baru, dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

- d. Implementasi *chatbot* dalam strategi pemasaran perusahaan memerlukan pengukuran keberhasilan melalui indikator seperti tingkat kepuasan pelanggan, konversi penjualan, retensi pelanggan, dan peningkatan pangsa pasar.
- e. Meskipun ada tantangan seperti keamanan data dan integritas data, penggunaan *chatbot* dalam pemasaran memiliki prospek yang cerah di masa depan dengan terus berkembangnya teknologi kecerdasan buatan dan kemampuan *chatbot* yang semakin canggih.

5.2. Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian Penerapan Strategi *Digital Marketing* Dengan Teknologi *Chatbot* ini masihlah memiliki banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan, oleh karena itu kedepannya apabila penelitian ini dilanjutkan, maka penulis akan memberikan saran-saran secara umum, yaitu:

- a. Studi lebih lanjut dapat dilakukan mengenai pendalaman eksplorasi penggunaan *chatbot* dalam strategi *digital marketing*. Fokus penelitian pada aspek seperti personalisasi komunikasi dengan pelanggan, efektivitas dalam mempercepat proses pembelian, dan kemampuan *chatbot* dalam mengoptimalkan kampanye pemasaran spesifik.
- b. Studi lebih lanjut dapat dilakukan mengenai penelitian terhadap pengalaman pengguna dengan *chatbot* dalam konteks strategi *digital marketing*. Memperhatikan aspek seperti kepuasan pengguna, persepsi terhadap responsivitas *chatbot*, dan preferensi interaksi dengan *chatbot*.
- c. Studi lebih lanjut dapat menyangkut kajian aspek keamanan dan integritas data dalam penggunaan *chatbot*. Meneliti upaya perlindungan data yang dilakukan

oleh *chatbot* dan evaluasi tingkat kepercayaan pengguna terhadap penggunaan *chatbot* dalam konteks pemasaran.

- d. Studi lebih lanjut dapat diarahkan untuk membuat tampilan muka atau aplikasi terhadap *platform digital marketing chatbot* yang berdasarkan dari data-data riwayat *chatbot* yang sudah di kategorikan atau di sortir sesuai kepentingan pembelajaran atau strategi *digital marketing* di setiap perusahaan-perusahaan yang menggunakannya.

