

BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Kesimpulan yang didapat dari penelitian terkait Analisis strategi *digital marketing* MTsN 3 Kota Kediri berdasarkan persepsi siswa adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, nilai presentase dan frekuensi tertinggi pada kategori “Setuju” yaitu sebesar 91% dengan 83 responden dan nilai indeks tertinggi 79,0 pada item pernyataan nomor 8. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi digital marketing di MTsN 3 Kota Kediri sudah berjalan dengan baik berdasarkan persepsi siswa dan dapat dioptimalkan secara lebih lanjut, MTsN 3 Kota Kediri juga memahami strategi untuk mempertahankan serta meningkatkan kredibilitas orang tua terhadap lembaga melalui *digital marketing*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas, berikut beberapa saran dari peneliti yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan penerapan strategi *digital marketing* di MTsN 3 Kota Kediri.

1. Kepada Kepala Sekolah

Berdasarkan penelitian ini, kepala sekolah diharapkan dapat terus meningkatkan optimasi penerapan strategi *digital marketing* mengingat saat ini hampir seluruh pelayanan menggunakan teknologi atau media *digital*.

2. Kepada Staf dan Karyawan

Berdasarkan penelitian ini, staf dan karyawan diharapkan dapat terus belajar beradaptasi dan meningkatkan penerapan strategi *digital marketing*.

3. Kepada Peneliti Lain

Harapan kepada peneliti lain untuk mengembangkan penelitian ini dengan teori dan variabel lebih lanjut, sehingga dapat menambah wawasan mengenai strategi *digital marketing*.