

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian mengenai strategi digital marketing Hotlicks untuk meningkatkan *brand awareness* menunjukkan keselarasan yang kuat antara teori dan praktek dalam realita yang ada. Strategi yang diterapkan oleh Hotlicks mulai dari analisis situasi yang mendalam, penentuan objektif yang jelas, pemilihan strategi yang tepat, hingga pelaksanaan tahap aksi dan kontrol menggambarkan aplikasi praktis dari konsep-konsep utama dalam teori marketing. Fokus pada multichannel marketing, penggunaan atau kolaborasi dengan KOL (*key opinion leader*) atau influencer, dan penekanan pada kualitas serta autentisitas produk merupakan contoh nyata dari bagaimana teori dapat diimplementasikan untuk memperkuat kehadiran brand dalam lingkungan digital yang sangat kompetitif. Konsistensi dalam brand voice dan penggunaan mix pemasaran yang efektif melalui berbagai platform digital memberikan bukti tambahan tentang pentingnya strategi terintegrasi yang baik untuk mencapai kesuksesan.

Dari studi kasus Hotlicks dapat disimpulkan bahwa selain strategi digital marketing yang penting, kemampuan untuk mengadaptasi dan menerapkan teori tersebut sesuai dengan situasi dan target pasar spesifik. Kesesuaian antara teori digital marketing dengan praktik yang dijalankan oleh Hotlicks dalam membangun kesadaran merek, menunjukkan bahwa pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen, dinamika pasar, dan pemanfaatan teknologi adalah kunci untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar penelitian lebih lanjut dilakukan untuk mengukur efektivitas dan ROI dari berbagai strategi digital marketing yang diterapkan oleh Hotlicks. Penelitian ini bisa mencakup analisis mendalam terhadap data traffic website, tingkat konversi, dan sentimen pelanggan di media sosial.

### 5.2.2 Saran Praktis

Dalam praktik, manajemen Hotlicks disarankan untuk meningkatkan efektivitas strategi digital marketing-nya, manajemen Hotlicks harus terus meninjau dan menyesuaikan taktik mereka dengan tren terbaru dan data analitik. Penggunaan strategi *omnichannel marketing* dapat menjadi opsi karena mengintegrasikan saluran-saluran pemasaran seperti website, aplikasi seluler, media sosial, e-mail, serta toko fisik, sehingga pelanggan mendapatkan pengalaman yang konsisten di setiap interaksi dengan perusahaan. Penggunaan platform seperti Hootsuite dapat memungkinkan perusahaan untuk mengelola beberapa akun media sosial di satu tempat. Hootsuite juga menyediakan analitik terperinci tentang kinerja postingan dan interaksi di media sosial, memudahkan pengukuran dampak aktivitas media sosial terhadap penjualan. Selain itu platform HubSpot bisa digunakan untuk melacak perjalanan pelanggan dari awal hingga akhir, termasuk interaksi melalui berbagai saluran dan konversinya.