

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini mengkaji strategi rebranding HolyWings sebagai tanggapan terhadap krisis yang dialami perusahaan. Melalui analisis kualitatif, ditemukan bahwa strategi rebranding yang diterapkan mampu meningkatkan persepsi dan loyalitas pelanggan terhadap merek HolyWings. Hal ini dicapai melalui langkah-langkah repositioning, renaming, redesigning, dan relaunching yang efektif. Media sosial memainkan peran penting dalam proses rebranding HolyWings. Dengan memanfaatkan platform media sosial, HolyWings berhasil memperkuat citra merek dan memperluas jangkauan audiens. Strategi komunikasi yang konsisten dan kreatif melalui media sosial membantu membangun kembali kepercayaan pelanggan yang sempat menurun akibat krisis.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran akademis yang dapat peneliti berikan kepada peneliti selanjutnya adalah melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang dapat menciptakan strategi promosi yang baik, dimana konten-konten apa saja yang perlu diperbaiki ataupun iklan seperti apa saja yang harus di buat sebuah Perusahaan supaya produk ataupun brand mereka dikenal oleh konsumen,

Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti variable lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Seperti meneliti factor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen seperti harga, kualitas, pelayanan, negara asal dan beberapa factor unik lainnya.

##### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran praktis yang dapat diberikan peneliti adalah HW Group harus bisa memberikan citra perusahaan yang lebih baik lagi, dengan memperluas

Kerjasama dengan mitra eksternal, termasuk influencer dan komunitas, sehingga dapat menjadi strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan visibilitas merek. Terus melakukan inovasi dalam perencanaan dan pelaksanaan event, mempertimbangkan event yang unik dan berbeda untuk menarik perhatian konsumen. Lalu Menyusun program pelatihan yang berkualitas bagi karyawan dan pelayan di outlet, sehingga dengan demikian dapat memberikan pengalaman yang positif kepada konsumen untuk membangun loyalitas jangka panjang, serta di monitoring dan umpan balik konsumen perlu di integrasikan untuk meningkatkan standart pelayanan. Serta menggunakan platform app dengan semaksimal mungkin untuk menunjang promo, informasi dan aktivitas member lainnya pada app HWG.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA