

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Strategi komunikasi pemasaran Gotosovie dalam meningkatkan jumlah pelanggan merujuk pada 8 bauran komunikasi pemasaran. Terkait dengan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Gotosovie, Gotosovie memanfaatkan 8 bauran komunikasi pemasaran yaitu periklanan: menggunakan iklan digital melalui Instagram, pemasaran langsung: memanfaatkan fitur *live*, promosi penjualan: melalui diskon dan *bundling* produk, *public relations*: melalui pameran dan membentuk komunitas Perempuan Punya Karya (PPK), penjualan personal: memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan terdapat garansi produk, acara dan pengalaman: mengadakan *workshop*, pemasaran interaktif: melalui *polling*, *giveaway*, dan tanya jawab di Instagram, dan *word of mouth*: memanfaatkan ulasan untuk dijadikan konten yang menarik.

Dilihat dari data penjualan per tahun, kegiatan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan mampu meningkatkan jumlah pelanggan Gotosovie. Setiap elemen bauran komunikasi pemasaran dari Gotosovie berperan penting dalam mencapai tujuan pemasaran yaitu meningkatkan brand awareness, membangun hubungan yang erat dengan pelanggan, serta mendorong peningkatan penjualan. Strategi ini juga menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat dan penggunaan berbagai saluran komunikasi, perusahaan dapat mencapai hasil yang optimal dalam pemasaran. Gotosovie berhasil mengoptimalkan potensi setiap elemen bauran komunikasi pemasaran untuk menciptakan interaksi yang lebih personal dan bermakna dengan pelanggan. Hal ini tentu berpengaruh pada peningkatan jumlah pelanggan.

#### 5.2 Saran

##### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini telah mengungkapkan pentingnya strategi komunikasi pemasaran yang terintegrasi dalam meningkatkan brand awareness dan jumlah pelanggan. Secara akademis, hasil ini dapat menjadi dasar untuk

penelitian lebih lanjut yang mengkaji hubungan antara efektivitas berbagai alat komunikasi pemasaran dalam berbagai konteks industri. Selain itu, penelitian mendalam dapat dilakukan untuk mengeksplorasi peran media sosial sebagai platform utama dalam strategi pemasaran, dengan fokus pada dampak jangka panjang terhadap loyalitas pelanggan. Studi komparatif antara berbagai industri juga direkomendasikan untuk memahami bagaimana karakteristik industri yang berbeda mempengaruhi penerapan dan keberhasilan strategi komunikasi pemasaran.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan temuan penelitian, Gotosovie disarankan untuk terus memanfaatkan bauran komunikasi pemasaran yang telah terbukti efektif, seperti periklanan digital melalui Instagram dan strategi word of mouth. Gotosovie juga perlu mempertahankan pendekatan personal dalam penjualan, yang telah terbukti meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, Gotosovie dapat memperluas pemanfaatan fitur live dan acara workshop untuk lebih mendekatkan brand dengan pelanggan. Mengingat tantangan dalam pengelolaan promosi penjualan, Gotosovie disarankan untuk lebih inovatif dalam menciptakan promosi yang menarik namun tetap menjaga citra dan nilai merek.