

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Get Well Sweet Kitchen berhasil dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan *brand awareness*. Hal ini dapat dilihat dari tingkat kesadaran merek Get Well Sweet Kitchen berada di posisi *top of mind* yang mana konsumen menjadi loyal pada produk Get Well Sweet Kitchen dibandingkan dengan produk lain yang serupa.

Adapun strategi komunikasi pemasaran pada Get Well Sweet Kitchen diukur menggunakan bauran komunikasi pemasaran atau *marketing communication mix* Kotler dan Keller (2016). Diketahui Get Well Sweet Kitchen mengimplementasikan seluruh elemen yang ada yaitu *advertising, promotion, event & experience, public relations & publicity, direct marketing, sosial media marketing, mobile marketing & personal selling*. Strategi yang paling efektif dan relevan digunakan sampai saat ini adalah *event and experience* melalui *Daifuku Class*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran penelitian selanjutnya agar dapat penelitian mendalam terkait bagaimana *event* sebagai strategi komunikasi pemasaran pada Get Well Sweet Kitchen. Kemudian penelitian selanjutnya juga dapat meneliti pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Get Well Sweet Kitchen sehingga dapat diharapkan lebih banyak kajian yang dapat melengkapi penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

Get Well Sweet Kitchen disarankan melakukan *sponsorship*, dengan demikian Get Well Sweet Kitchen dapat lebih mengoptimalkan lagi strategi komunikasi pemasarannya dalam meningkatkan *brand*

awareness.

