BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas *brand activation* dan *content marketing* dalam peningkatan *brand awareness brand* HiLo di Kota Jambi. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah dirangkum pada sebelum-sebelumnya, maka dapat disimpulkan :

Brand activation tidak memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap *Brand awareness*. Maksudnya disini adalah walaupun *brand activation* sudah terlaksana dengan baik dan sesuai aturan *brand*, tetapi *brand activation* belum efektif dalam meningkatkan *brand awareness brand* HiLo di Kota Jambi.

Brand activation memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Content marketing*. Yang maksudnya, upaya dalam meningkatkan *brand awareness brand* HiLo yang dilakukan dengan baik dapat menciptakan pengalaman yang berkesan kepada konsumen yang pada akhirnya akan menghasilkan konten yang menarik dari konsumen tersebut dan konten yang dihasilkan dari *brand activation* cenderung lebih mudah dipercaya oleh konsumen, sehingga efektif memperluas jangkauan dan dampak dari *content marketing brand*.

Content marketing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Brand awareness*. Artinya bahwa strategi *content marketing* memiliki peran yang penting dalam meningkatkan *brand awareness brand* HiLo di Kota Jambi. Konten yang menarik, relevan, dan berkesan bagi konsumen dapat membantu *brand* untuk lebih dikenal dan mudah diingat melalui konten yang dihasilkan.

Terdapat pengaruh tidak langsung yang positif dan signifikan dari *Content marketing* terhadap *Brand awareness*. Yang artinya bahwa kegiatan dari *brand activation brand* HiLo yang sudah dilaksanakan, kemudian dibarengi dengan *content marketing* yang menarik dan relevan, efektif dalam meningkatkan jangkauan *awareness brand*. Dengan demikian, dengan mengkombinasikan antara

brand activation dan *content marketing*, dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan *brand awareness brand* HiLo.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dan dijelaskan pada bab-bab sebelumnya didalam penelitian ini, maka penulis memberi saran untuk beberapa hal dilakukan, adalah sebagai berikut :

1. Akademis

Kepada peneliti berikutnya merekomendasikan untuk meningkatkan penelitian dengan menggunakan metode atau pengujian yang berbeda, seperti menggunakan metode kualitatif deskriptif, sehingga data yang dihasilkan pada penelitian berikutnya semakin luas dan beragam.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi konteks atau *case* yang berbeda dalam industry yang berbeda untuk menambah wawasan yang lebih dalam. Kemudian peneliti berikutnya juga perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi marketing terhadap kesadaran merek.

2. Praktis

Diperlukan evaluasi lebih lanjut terhadap strategi dan pelaksanaan *brand activation* yang telah dilakukan. Perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi efektivitas kegiatan aktivasi tersebut, serta melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan dampak yang positif terhadap *brand awareness brand* HiLo. Seperti perlombaan/inovasi aktivasi terbaru yang sesuai dengan tren yang ada, dengan menggunakan lagu seperti, Stecu, Mangu, velocity yang di padukan dengan jingle HiLo. Kemudian, mempertimbangkan hadiah yang lebih mengesankan seperti voucher belanja atau diskon, dll. Begitu juga dalam variabel *content marketing*, kedepannya diharapkan memberikan edukasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen, misalnya edukasi mengenai jenis HiLo yang cocok untuk diet baiknya jenis yang mana sehingga konsumen tertarik membeli produk dari *brand* HiLo.