

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisa data penelitian mengenai “Analisis strategi *digital branding* pada *start up online travel agency* (studi kasus tiket.com) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan Aplikasi

Kesimpulan yang dapat di ambil dari poin penggunaan aplikasi yaitu strategi *digital branding* yang dilakukan Tiket.com berhasil mendapatkan perhatian pelanggan dengan memiliki logo yang unik dan penggunaan aplikasi yang mudah digunakan.

2. Sosial media

Kesimpulan yang dapat di ambil terkait sosial media yaitu secara keseluruhan, strategi *digital branding* yang dilakukan Tiket.com di sosial media terbukti efektif dengan konten yang dapat diterima dengan baik oleh pengguna dan menciptakan hubungan yang baik di kalangan pengguna.

3. Pengalaman Konsumen

Kesimpulan yang dapat di ambil dari pengalaman konsumen yaitu Tiket.com berhasil membangun *digital branding* yang kuat dengan menanggapi ulasan di sosial media dan memberikan solusi yang tepat untuk

pelanggan yang membuat pelanggan merasa puas dengan layanan dan merekomendasikan penggunaan Tiket.com kepada orang lain.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis pada penelitian ini adalah faktor penggunaan aplikasi, media sosial, pengalaman konsumen terbukti memiliki relevansi yang kuat dalam menganalisis *digital branding*. Hasil analisis *digital branding* yang mencakup faktor-faktor tersebut dalam penelitian ini bisa digunakan sebagai alat yang efektif dalam menganalisa *digital branding*. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut relevan untuk mengukur strategi *digital branding* sampai saat ini.

2. Implikasi Praktis

Dalam penelitian tentang analisis strategi *digital branding* pada *start up online travel agency* maka dibuat implikasi sebagai berikut:

a. Penggunaan aplikasi

Peneliti memberikan masukan untuk tampilan logo lebih menarik agar tampilan visual aplikasi mudah dikenali oleh pelanggan dan membuat penggunaan dibuat lebih ringkas agar pelanggan nyaman dalam menggunakan aplikasi.

b. Sosial media

Peneliti memberikan masukan untuk memperhatikan jenis konten, hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan seperti dengan membuat konten yang berbeda dengan sebelumnya dan memilih media periklanan yang tepat, model periklanan yang lebih variatif seperti lebih fokus pada visualisasi agar lebih kreatif.

c. Pengalaman konsumen

Peneliti memberikan masukan untuk memperhatikan dampak dari ulasan yang kurang baik di sosial media yang dapat mempengaruhi *brand image*, hal ini perlu dipelajari oleh seluruh tim *digital branding* khususnya pada *start up online travel agency* agar dapat memperbaiki *brand image* yang kurang baik di benak pelanggan dan mendapatkan kepercayaan kembali dari pelanggan.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menemukan adanya beberapa keterbatasan yang mungkin membuat penelitian ini kurang maksimal, seperti:

1. Tidak adanya wawancara dengan pihak perusahaan, sehingga tidak mengetahui bagaimana strategi *digital branding* yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Penelitian harus memastikan narasumber yang dipilih sebisa mungkin mencerminkan keragaman geografis, peneliti dapat mempertimbangkan untuk melakukan wawancara langsung di daerah yang kurang terwakili.

3. Penelitian belum sepenuhnya memanfaatkan potensi sosial media seperti Twitter (X) dan Tiktok dalam mencari narasumber karena peneliti hanya berfokus pada Instagram saja.

D. Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, rekomendasi untuk studi selanjutnya adalah:

1. Penelitian berikutnya dapat mewawancarai pihak perusahaan sehingga mendapatkan informasi yang lebih menyeluruh.
2. Penelitian selanjutnya harus memastikan narasumber yang dipilih sebisa mungkin mencerminkan keragaman geografis dan peneliti dapat mempertimbangkan untuk melakukan wawancara langsung di daerah yang kurang terwakili.

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan beberapa pendekatan seperti *brand positioning* dan *brand ads communication* seperti yang dilakukan (Ridho, 2023).