

BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Samsung Electronics menerapkan strategi pemasaran global melalui pendekatan *celebrity endorsement* untuk memperkuat posisi mereknya di pasar Indonesia. Selama periode 2020 hingga 2024, Samsung secara konsisten berkolaborasi dengan grup K-pop BTS sebagai duta global untuk mempromosikan berbagai lini produk, terutama ponsel dan aksesoris. Kolaborasi ini tidak hanya membangun citra merek yang kuat di kalangan konsumen muda, tetapi juga meningkatkan loyalitas merek di tengah ketatnya persaingan pasar.

Dalam strateginya, Samsung memanfaatkan popularitas global BTS yang memiliki basis penggemar besar dan aktif di Indonesia. Promosi banyak dilakukan melalui media sosial, kampanye digital, dan konten eksklusif yang menampilkan anggota BTS, baik secara individu maupun grup. Dengan cara ini, Samsung menciptakan ikatan emosional antara konsumen dan produknya, sekaligus meningkatkan daya tarik produk.

Samsung juga menyesuaikan strategi promosinya dengan karakteristik pasar Indonesia, seperti peluncuran edisi khusus BTS dan kampanye lokal yang melibatkan komunitas penggemar. Pendekatan ini menunjukkan bahwa Samsung tidak hanya memanfaatkan pengaruh selebritas global, tetapi juga melakukan lokalisasi strategi untuk menjangkau konsumen secara lebih personal. Dengan demikian, strategi *celebrity endorsement* bersama BTS menjadi salah satu langkah

strategis yang dipilih Samsung untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk ponsel serta aksesoris di Indonesia.

4.2 Saran

Penelitian selanjutnya dapat memilih jangkauan dan batasan penelitian yang lebih luas. Selain Indonesia, strategi *celebrity endorsement* Samsung Electronics dengan figur K-pop BTS juga dilakukan di berbagai negara lain di kawasan Asia Tenggara. Negara-negara Asia Tenggara lainnya seperti Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, dan lain sebagainya dapat menjadi fokus penelitian berikutnya untuk melihat bagaimana strategi pemasaran global Samsung diadaptasi ke dalam konteks pasar lokal masing-masing negara. Dengan memperluas wilayah studi, peneliti selanjutnya dapat membandingkan efektivitas dan intensitas strategi promosi yang dilakukan Samsung di berbagai pasar tersebut.