

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Strategi pemasaran global dilakukan Gucci untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan menggunakan konsep bauran pasaran 4P. Kemewahan dan keunikan logo yang ikonik menjadi identitas yang dimiliki oleh Gucci sehingga menjadi merek mewah yang dikenal oleh masyarakat kelas atas. Namun, selain menggunakan identitas merek yang kuat Gucci juga menggunakan strategi pemasaran melalui *celebrity endorsement*. Gucci menggunakan Kai Exo sebagai *celebrity endorsement* dengan mengumumkan Kai sebagai *global brand ambassador* karena pengaruh Kai sebagai selebriti yang memiliki popularitas yang besar di berbagai negara. *Celebrity endorsement* atau dukungan selebriti menjadi strategi pemasaran global yang efektif digunakan khususnya di era globalisasi. Gucci melakukan pendekatan bauran pemasaran 4P melalui penggunaan Kai sebagai *celebrity endorsement* dengan memperkenalkan produk terbaru melalui Kai dan peluncuran koleksi khusus Kai X Gucci. Gucci juga menggunakan pengaruh Kai untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dibanding produk sejenisnya. Gucci juga menggunakan pengaruh Kai untuk membuka toko pop-up di berbagai negara Asia dan promosi dengan melibatkan Kai pada pemotretan serta peragaan busana Gucci. Penggunaan Kai sebagai *celebrity endorsement* untuk Gucci efektif untuk dilakukan karena berhasil untuk mencapai perluasan pasar dan meningkatkan penjualan Gucci sejak tahun 2019 hingga tahun 2023.

4.2 Saran

Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat memperdalam analisis penelitian dengan memperluas hasil variabel lain tidak hanya menganalisis strategi pemasaran Gucci menggunakan *celebrity endorsement* namun dapat menggunakan variabel lain berdasarkan teori atau konsep lain untuk memperoleh hasil temuan yang lebih komprehensif terkait strategi pemasaran global Gucci. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melakukan perbandingan terhadap merek mewah lain dengan Gucci untuk dapat mengidentifikasi keunggulan dari merek dan sasaran pasar konsumen.