

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada Toko Hijab Right Miracle Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *branding* produk dengan menggunakan atribut produk yang meliputi; segi kualitas, fitur, desain, kemasan, label, pelayanan, jaminan, harga serta komponen identitas merek yaitu nama merek, logo & simbol, *tagline/slogan*, karakter/*mascot*, *jingle*, URL/Domain pada Toko Hijab Right Miracle Surabaya yaitu :
  - a. Memiliki akun sosial media dan *e-commerce* yang dikelola oleh karyawan sebagai sarana pengenalan produk
  - b. Memanfaatkan adanya jaminan pengembalian / penukaran barang, harga yang terjangkau, dan kualitas produk sebagai pedoman dalam mengembangkan serta mengenalkan *brand* / merek
  - c. Mempertimbangkan pemilihan kemasan *box* atau *paper bag* untuk mendukung adanya program *zero* limbah plastik tanpa mengabaikan kualitas produk maupun jaminan produk
2. Hasil diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa Toko Hijab Right Miracle Surabaya berada pada kuadran I dimana kuadran ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. Toko Hijab Right Miracle memiliki peluang dan kekuatan lebih besar sehingga dapat mengarahkan seluruh potensi internal untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*).

## 5.2 Saran

Strategi *branding* produk yang bisa diterapkan pada Toko Hijab Right Miracle untuk kedepannya agar dapat meningkatkan penjualan secara stabil berdasarkan strategi agresif, yaitu :

1. Pihak Right Miracle harus selalu mempertahankan dan meningkatkan kebijakan dan peraturan yang mengatur produk bertujuan untuk mempertahankan konsistensi dalam menjaga serta meningkatkan kualitas produk sehingga memunculkan nilai positif di benak konsumen.
2. Right Miracle perlu merealisasikan pengembangan dibidang promosi yang berbasis *online* untuk mendukung upaya perluasan target pasar dan pengenalan produk / *brand* yang lebih luas.
3. Merealisasikan upaya meminimalisir penggunaan plastik dengan menggunakan kemasan *box* atau *paper bag* dengan mempertimbangkan adanya kualitas produk dan jaminan kerusakan produk.
4. Pihak Right Miracle harus selalu mempertahankan serta meningkatkan kebijakan yang mengatur tentang kualitas pelayanan. Hal ini dapat menjadi cara dalam mempertahankan pelanggan dan menarik perhatian konsumen baru apabila dapat meminimalisir keluhan dari konsumen terkait pelayanan.