

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Upaya *rebranding* CV Pustaka Cemerlang dilakukan sesuai dengan praktik terbaik dalam *branding* meskipun citra merek sebelumnya kurang ideal. Proses *rebranding* ini dirancang setelah peneliti mengidentifikasi berbagai masalah yang dihadapi oleh CV Pustaka Cemerlang. Tujuan utama dari *rebranding* ini adalah untuk menciptakan identitas visual baru yang lebih baik dalam merepresentasikan citra CV Pustaka Cemerlang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, termasuk observasi dan wawancara, untuk menganalisis masalah dan mengumpulkan data yang diperlukan. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan kuesioner kepada konsumen di Jawa Timur, proposisi penjualan unik, dan analisis data statistik untuk mendukung proses *rebranding*. Media yang digunakan dalam *branding* ini mencakup logo, *X-banner*, tas belanja, *feed* Instagram, identitas *sign*, dan lain sebagainya. Dengan penerapan strategi ini, diharapkan penjualan produk dari CV Pustaka Cemerlang meningkat, lebih dikenal oleh masyarakat luas, dan mampu bersaing dengan produk sejenis di pasar.

#### **5.2 Saran**

Dalam menyusun perancangan ini, penulis menyadari adanya banyak kesalahan. Oleh karena itu, diharapkan pelaksanaan *rebranding* CV Pustaka Cemerlang dapat konsisten sehingga mampu membangun citra merek yang kuat di benak masyarakat dan meningkatkan kesadaran merek. Peninjauan data secara menyeluruh, ketelitian dalam analisis, dan perhatian terhadap setiap detail akhir diperlukan untuk memastikan tujuan dan hasil perancangan tercapai secara maksimal.