

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Untuk menjaga eksistensi suatu merek ini yang membuat Nisrina D'jilbab tetap bisa eksis ditengah persaingan *branding*, melalui upaya *membrending* Nisrina D'jilbab serta strategi Nirsina D'jilbab dalam *branding image competition*, dapat disimpulkan bahwa upaya Nisrina untuk menarik perhatian masyarakat dan juga sebagai bentuk komunikasi, Nisrina D'jilbab menerapkan agenda kegiatan event beauty class dan hijab class sebagai sarana berdialog antara Nisrina dengan konsumen. Upaya Nisrina D'jilbab untuk menarik perhatian masyarakat dan juga sebagai bentuk komunikasi Nisrina D'jilbab. Agenda kegiatan event beauty class dan hijab class sebagai sarana berdialog antara Nisrina dengan konsumen. Dengan kegiatan ini menunjukkan bahwa merek Nisrina D'jilbab merupakan merek yang dekat dengan konsumennya. Selain itu dengan menyerap aspirasi konsumen melalui kegiatan event Nisrina D'jilbab, kegiatan ini rutin diadakan Nisrina D'jilbab guna menumbuhkan rasa bangga dihati pelanggannya setiap memakai koleksi busana Nisrina D'jilbab.

Kepopuleran sebuah *brand* tentu tidak terlepas dari pemasaran yang telah dilakukan sebelumnya, namun peneliti tertarik dengan penyebaran informasi yang sangat sederhana namun imbasnya begitu luar biasa. Banyak cara yang dilakukan oleh Nisrina D'jilbab untuk mengeksistensikan keberadaannya di tengah-tengah masyarakat, salah satunya melalui media-

media komunikasi yang digunakan secara efektif, efisien serta tepat sasaran. Untuk *branding image* Nisrina D'jilbab membuat media promosi berupa brosur, leaflet dan media-media lain yang berhubungan dengan promosi Nisrina D'jilbab. Kerja sama yang dilakukan Nisrina D'jilbab dengan media (*media relations*) adalah dengan memasang iklan melalui media cetak serta menerbitkan katalog, advetorial dan *press release*. Selain itu Nisrina D'jilbab tidak hanya memasarkan merek dengan sales marketing, melalui media cetak dan media online juga membantu dalam mempromosikan merek Nisrina D'jilbab dengan jaringan yang lebih luas dan menglobal.

Nisrina D'jilbab sebagai merek lokal yang sedang berkembang memerlukan sebuah upaya untuk membentuk citra mereknya dibenak masyarakat. Pentingnya *branding* telah diketahui oleh perusahaan diseluruh dunia, kompetisi dapat meningkatkan kekuatan mereknya sebagai merek yang terbaik. Pentingnya pembentukan citra bagi Nisrina ini mendorong Nisrina D'jilbab merumuskan berbagai upaya dan langkah-langkah *branding* yang tepat sehingga nantinya dapat membantu dalam mengenalkan merek Nisrina D'jilbab kepada masyarakat luas.

Untuk meningkatkan kekuatan dan mendukung proses *branding*-nya Nisrina D'jilbab menggunakan pendekatan langsung kepada pelanggannya. Pendekatan secara personal ini merupakan cara yang efektif untuk membangun hubungan dengan masyarakat dan para pelanggan Nisrina D'jilbab, Nisrina D'jilbab untuk membentuk citra-nya dimasyarakat sebagai merek yang mampu menjadi sahabat bagi masyarakat serta perhatian terhadap keinginan dan kepentingan pelanggannya, sehingga terbentuklah citra

Nisrina D'jilbab sebagai merek fashion yang harus dikunjungi oleh masyarakat jika mereka membutuhkan busana muslimah yang berbeda dengan merek fashion lainnya, baik dalam segi bahan, desain maupun pelayanan. Sehingga merek Nisrina D'jilbab akan sangat melekat dihati pelanggan dan akhirnya pelanggan selalu milih merek Nisrina D'jilbab sebagai pilihan utama, pelanggan akan selalu memutuskan menggunakan merek Nisrina D'jilbab sebagai busana yang akan menemani aktifitasnya sehari-sehari.

Membangun merek yang kuat dan unggul ditengah persaingan *brand* merupakan fokus utama, salah satu cara yang digunakan oleh Nisrina D'jilbab adalah dengan mempertahankan pelanggan lama dan tetap mendapatkan pelanggan baru adalah dengan meningkatkan segala aspek utama dalam menarik minat pelanggan, baik itu dalam aspek pelayanan, aspek bahan, dan lain sebagainya, sehingga pelanggan selalu menjadikan merek Nisrina D'jilbab sebagai tempat tujuan ketika pelanggan membutuhkan perlengkapan busana muslimah dan akhirnya merek Nisrina D'jilbab akan mendapatkan tempat tersendiri di hati pelanggannya, sebab menurut Nisrina D'jilbab mempertahankan pelanggan setia itu merupakan fokus Nisrina D'jilbab saat ini. Langkah-langkah Nisrina D'jilbab membangun merek yang kuat adalah dengan mengembangkan *personality* karyawan Nisrina D'jilbab.

Melalui upaya dan langkah yang telah dijelaskan oleh peneliti dalam temuan penelitian Nisrina D'jilbab dapat membangun dan memperkuat citra Nisrina D'jilbab di masyarakat sehingga masyarakat memilik kepercayaan terhadap produk-produk Nisrina D'jilbab. Dengan memiliki merek yang kuat

