

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan hasil-hasil penelitian sebagai berikut :

1. Strategi merek CV. Tinta hitam Tulungagung untuk menciptakan loyalitas konsumen yang dilaksanakan dengan elemen *brand positioning, brand identity, brand communication* yaitu:
  - a. *Brand Positioning*, dengan menargetkan konsumen, memberikan keunggulan produk, melakukan presentasi, mengikuti pameran, dan publikasi melalui media sosial.
  - b. *Brand Identity*, dengan memilih nama merek dan atribut dari CV. Tinta Hitam Tulungagung.
  - c. *Brand Communication*, dengan melakukan *sales promotion* dan *sponsorship*.

Strategi merek yang diterapkan oleh CV. Tinta Hitam Tulungagung telah berjalan dengan baik sesuai dengan elemen strategi merek seperti *brand positioning, brand identity, brand communication* sehingga menciptakan konsumen yang loyal.

2. Cara CV. Tinta Hitam Tulungagung mengembangkan strategi merek untuk menciptakan loyalitas konsumen dengan pengembangan strategi merek memerlukan perhatian khusus, yaitu:

- a. Penetapan elemen yang berhubungan dengan merek, penetapan pembuatan logo, simbol dan karakter untuk mempermudah konsumen mengenal produk CV. Tinta Hitam Tulungagung.
- b. Penetapan dimensi citra yang baik, dengan melakukan komunikasi menjadi sponsor di beberapa acara dan melakukan kegiatan CSR untuk menciptakan citra baik.
- c. Merencanakan strategi penerapan merek, dengan memberikan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik.

Pengembangan strategi merek yang dilakukan CV. Tinta Hitam Tulungagung dengan menetapkan elemen yang berhubungan dengan merek, penetapan dimensi citra yang baik, dan merencanakan strategi penerapan merek telah berjalan sesuai dengan cara mengembangkan strategi branding dengan benar sehingga menciptakan konsumen yang loyal.

3. Strategi merek CV. Tinta Hitam Tulungagung untuk menciptakan loyalitas konsumen dalam perspektif manajemen bisnis syariah sesuai dengan prinsip-prinsip merek dalam islam yaitu kepercayaan, kejujuran, menghormati, kedamaian, disiplin, pemahaman, dan kebaikan sehingga menciptakan konsumen yang loyal.

## B. Saran

Berdasarkan temuan diatas bahwa diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi CV. Tinta Hitam Tulungagung

Melihat dari strategi merek CV. Tinta Hitam Tulungagung yang sudah diterapkan sebaiknya menambah karyawan yang dirasa bisa membagikan *job description* secara tepat kepada karyawan. Sehingga sistem produksi lebih terarah dan dapat memenuhi target produksi.

2. Bagi Akademi

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah dan untuk menambah literasi keilmuan dibidang pengelolaan usaha.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan serta objek penelitian yang berbeda dengan menggunakan studi komparatif sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti.