

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dengan judul Upaya UMKM Membangun *Brand Loyalty* (Kajian Tentang *Branding* Darma Party Planner di Kota Padang), peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya UMKM DPP dalam membangun *brand loyalty* yaitu, meberikan postingan melalui media sosial yang bisa mengenalkan *branding* dari UMKM DPP, dengan konten apa itu UMKM DPP, informasi mengenai *price list* yang di miliki oleh UMKM DPP, 2) memberikan *brand image* yang baik kepada target pasar UMKM DPP sehingga akan mendapatkan persepsi yang baik serta positif terhadap UMKM DPP, 3) Melakukan *endorsement* oleh *public figure* yang mengesankan bagi masyarakat, serta 4) memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa terkesan. Terakhir ke 5) mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan meningkatkan pelayanan, kualitas produk, menambahkan promo yang sangat *special*, dan membuat pelanggan merasa sangat *special* dibandingkan dengan pelanggan dari UMKM lain.
2. Upaya membangun *brand loyalty* pada UMKM DPP tidak selalu berjalan mulus. Adanya hambatan yang dihadapi dan datang saat melakukan upaya tersebut, yaitu tidak semua bisa mengakses sosial media, adanya tanggapan atau

persepsi yang variatif, dan adanya pro dan kontra akan media promosi yang ditampilkan. Tetapi semua hambatan yang datang tersebut dapat ditanggulangi dan dapat dicari jalan keluarnya bersama-sama tim UMKM DPP, dan juga dijadikan evaluasi, sehingga nantinya permasalahan dan hambatan tersebut tidak terulang kembali.

5.2 Saran

1. Dalam menjalankan setiap upaya dalam membangun *brand loyalty* harus selalu mencari hal unik dibanding UMKM-UMKM lainnya, sehingga cara yang dilakukan UMKM DPP dapat berbeda dan tidak ada dimiliki oleh UMKM lain.
2. Selalu mempertahankan hal-hal unik yang dimiliki UMKM DPP dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, dan juga pertahankanlah *branding* positif yang telah melekat di pikiran masyarakat.
3. Jangan bosan untuk melakukan *upgrade* terhadap apa upaya yang telah dilakukan oleh tim UMKM DPP dalam membangun *brand loyalty*.
4. Untuk penelitian selanjutnya, agar dapat meneliti sebuah UMKM dari segi reputasi dan pelayanan, serta pembahasan membangun *brand loyalty* yang lebih tinggi dan padat.