

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan, diantaranya adalah :

1. Penerapan Strategi Diferensiasi Produk Di Rumah Busana Muslim Zoya

Rumah busana muslim Zoya Kediri menerapkan diferensiasi produknya dengan cara:

Menciptakan bentuk produk yang beragam. Seperti, kerudung segiempat, pashmina, dan bergo. Kemudian pada busana muslimnya terdapat Zoya fashion, Zoya jeans, dan Zoya home. Pada kosmetiknya terdapat perawatan tubuh dan perawatan wajah. Selanjutnya, Zoya membedakan produknya dengan produk pesaing melalui desainnya yang menarik dan diharapkan desain tersebut dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen. Sehingga tidak hanya pada penampilan luarnya saja Zoya terkesan bagus, tetapi juga dapat memberikan manfaat tersendiri bagi para penggunanya. Gaya yang up to date juga dihadirkan setiap 4 bulan sekali dengan tema-tema yang kreatif dan lebih fresh, agar konsumen tidak mudah jenuh terhadap produk Zoya. Daya tahan produk Zoya ditunjukkan dengan penggunaan bahan bakunya yang berkualitas,

dan *limited edition*. Dan yang terakhir, ciri khas yang dimiliki Zoya, yaitu terdapat pada motif yang ramai dan penggunaan perpaduan warna-warna yang kontras namun ditampilkan dengan baik sehingga dapat terlihat indah dan unik dimata konsumen.

2. Penerapan Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen

Dari kelima unsur diferensiasi produk yang digunakan oleh Zoya tersebut, hanya 3 unsur yang dianggap Zoya signifikan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen yaitu dalam hal gaya yang *up too date*, daya tahan yang berkualitas, dan ciri khas yang dimiliki.

Hal ini dibuktikan oleh antusias konsumen terhadap gaya produk Zoya yang *trendy* dan *up to date*, dapat terlihat ketika Zoya mengeluarkan produk dengan model terbarunya, mereka selalu membanjiri toko. Kemudian Zoya memiliki daya tahan yang baik pada setiap produknya yang dibuktikan dengan penggunaan bahan baku yang berkualitas *import* dan bahan baku yang dibuat sendiri melalui uji coba selama bertahun-tahun menghasilkan bahan yang disukai konsumen. Kemudian dari situ dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen lebih memilih Zoya walaupun harga produknya sedikit lebih mahal karena Zoya sudah memiliki kualitas yang terjamin, dibandingkan dengan produk yang murah tetapi dengan kualitas yang ala kadarnya. Konsumen

melihat keunikan produk Zoya dari bahan bakunya yang merupakan milik pribadi dan telah dipatenkan oleh Zoya sehingga *limited edition*. Dikatakan *limited edition* karena, hanya Zoya satu-satunya perusahaan yang dapat menggunakan bahan tersebut sebagai bahan dasar dalam membuat produknya yang dapat dijadikan nilai *plus* tersendiri dimata konsumen. Kemudian keunikan yang paling di ingat oleh konsumen yaitu terdapat pada motif Zoya yang ramai dan perpaduan warnanya yang kontras antara satu dengan yang lainnya. Memberikan kesan yang beragam bagi konsumen yang memakainya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dikemukakan saran yang diharapkan penulis dapat bermanfaat yakni; bagi peneliti selanjutnya sangatlah penting mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan indikator yang berbeda sehingga mampu menghasilkan temuan yang lebih baik dan mendalam untuk dapat menyempurnakan penelitian-penelitian yang pernah ada sebelumnya.