

BAB VI

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai peran media sosial dalam meningkatkan *brand awareness* dari Mixue Ice Cream and Tea dalam perspektif Islam, terdapat kesimpulan yang diharapkan mampu memberikan solusi dari permasalahan dalam penelitian ini, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya jumlah gerai menimbulkan tren masyarakat tentang mixue ice cream and tea di media sosial, sehingga media sosial berperan dalam meningkatkan *brand awareness* dari mixue ice cream and tea. Peningkatan *brand awareness* pada Mixue ice cream and tea di media sosial terlihat dari munculnya slogan di media sosial yakni “malaikat pencatat ruko kosong” hal ini karena maskot mixue yang berwarna putih dan membawa tongkat seperti malaikat, kemudian peningkatan jumlah gerai dari Mixue yang masif di berbagai daerah di Indonesia yang seolah-olah setiap ruko kosong yang disewakan kini menjadi gerai Mixue.

Fenomena Mixue di media sosial memiliki peran besar terhadap peningkatan *brand awareness* dari Mixue. Banyak masyarakat yang sebelumnya asing dengan brand asal Cina ini sekarang jadi mengenal dan tahu tentang brand tersebut. Hal ini tercermin dari hasil wawancara dengan mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2020-

2023, dari 20 responden 15 orang menjawab media sosial adalah yang pertama mengenalkan Mixue, 2 mengenal dari lokasi dan 3 dari teman.

2. Brand awareness Mixue dalam penelitian ini menunjukkan bahwa termasuk dalam kategori Top of Mind (puncak pikiran) yakni apabila seseorang ditanya secara langsung tanpa diberi bantuan pengingatan dan orang tersebut dapat menyebutkan satu nama merek, maka merek yang paling banyak disebutkan pertama kali merupakan puncak pikiran. Dengan kata lain, merek tersebut merupakan merek utama dari berbagai merek yang ada di dalam benak konsumen.
3. Hasil penelitian menunjukkan branding dari Mixue dilihat dari perspektif Islam bahwa tidak ada yang melanggar syariat Islam yakni dalam aspek: kepercayaan dan kejujuran, menghormati dan kedamaian, persamaan, disiplin dan pengembangan diri, pemahaman dan komunitas, transparan. Sertifikat halal yang di keluarkan dari LPPOM MUI juga menjadi parameter bagi masyarakat indonesia yang mayoritas muslim sehingga tidak ragu dalam mengkonsumsi produk dari Mixue ice cream & tea.

2. Saran

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, adapun beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan positif untuk kedepannya, yakni sebagai berikut:

1. Semakin tinggi tingkat persaingan bisnis seperti munculnya brand yang meniru konsep bisnis, penulis memberikan saran bagi Mixue yakni tetap melakukan inovasi dan strategi-strategi demi menjaga eksistensi dan meningkatkan kualitas produk, *service*, dan *brand awareness* terhadap konsumen agar mampu tetap menjadi brand yang di gemari oleh konsumen dan menjadi merek yang memiliki integritas tinggi, dan mampu meningkatkan loyalitas mitra dan konsumennya.
2. Penulis berharap bagi peneliti selanjutnya adalah dapat menemukan lagi masalah akademis, novelty maupun gap penelitian yang dapat diangkat pada Mixue Ice Cream & Tea dan menemukan solusi dari masalah tersebut. Penelitian ini berfokus pada peran media sosial terhadap peningkatan *brand awareness* Mixue, oleh sebab itu penulis berharap pada peneliti selanjutnya bisa melanjutkan dengan variabel lain seperti digital marketing dan syariah marketing.