

BAB VI PENUTUP

A. KESIMPULAN

Mengacu pada rumusan masalah dan pembahasan mengenai peran *brand image* dalam meningkatkan jumlah donatur pada Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Kediri, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand image* merupakan hasil persepsi konsumen lembaga zakat tentang semua atribut yang melekat pada lembaga zakat tersebut. Implementasi *brand image* di Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Cabang Kediri adalah dengan menjadikan visi dan misi lembaga sebagai pegangan yang kokoh, hal ini dilakukan dengan membantu anak-anak yatim dan dhuafa untuk mandiri dan meringankan beban orang tua, kemudian menciptakan citra positif dibenak masyarakat dengan meningkatkan pelayanan menciptakan lingkungan yang kondusif, serta memiliki sifat dan tingkah laku yang baik kepada masyarakat.
2. Adapun peran *brand image* dalam meningkatkan jumlah donatur dilakukan dengan memberikan kontribusi dengan kelegaan hati berupa saling terbuka, melayani dengan baik dan mendoakan, serta lembaga selalu melakukan komunikasi dan kerja sama yang baik antar anggota lembaga, loyalitas para anggota yang sangat tinggi dan mempublikasi kegiatan-kegiatan yang ada.

B. SARAN

Dari temuan penelitian ini, ada beberapa rekomendasi yang ditujukan sebagaimana berikut:

1. Hendaknya selalu menjaga dan memelihara *brand image* yang telah terbentuk dan menjadi ciri khas lembaga tersebut serta dapat meningkatkan donatur lembaga zakat.
2. Setiap anggota lembaga diharapkan terus meningkatkan *brand image* dihadapan masyarakat dengan terus meningkatkan kualitas lembaga zakat secara keseluruhan.

3. Untuk para peneliti agar melakukan penelitian lebih lanjut yang mampu mengungkap lebih dalam tentang upaya-upaya membangun *brand image* serta upaya meningkatkan jumlah donatur.