

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi yang dijalankan pada produk Titta butik lebih pada atribut produk, dengan membedakan produk yang dapat dilihat dari sisi kualitas produk, model produk, fitur produk, hingga pelayanan produk.
2. Titta butik menerapkan strategi produk dan layanan produknya yang dapat dinilai oleh konsumen dengan melihat aspek bahan produk yang digunakan mempunyai karakteristik masing-masing, warna yang digunakan seperti soft dan pastel, model yang trend, hingga pada aspek *custume* dan pre-order produk. Untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk Titta butik, adanya member card dan diskon diharapkan dapat mempermudah konsumen.
3. Dengan demikian aktifitas yang dilakukan oleh Titta butik dalam rangka membangun loyalitas konsumen yakni dengan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan memberikan kualitas pada produk yang berupa bahan-bahan produk, dengan model produk yang trend serta terdapatnya aspek payet dan bordir pada produk yang dapat dipesan atau di desain sesuai dengan keinginan konsumen melalui *custume* dan pre-order produk.

5.2 Saran

1. Titta butik harus lebih memaksimalkan lagi strategi mengenai produk dan layanan produk agar dapat bersaing dengan kompetitor secara kompetitif, dengan begitu dapat memertahankan produk Titta butik dengan terbentuknya image produk yang memiliki nilai beda dan unik serta meningkatkan penjualan yang dipengaruhi oleh loyalitas konsumen terhadap produk.
2. Diharapkan Titta butik secepatnya dapat mengoptimalkan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana informasi mengenai diferensiasi produk serta kemudahan dalam mendapatkan produk.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mengkaji dan menggali sumber referensi sedalam-dalamnya yang berkaitan dengan diferensiasi produk dalam membangun loyalitas konsumen di Titta butik agar hasil penelitian yang dilakukan lebih bagus dan lebih lengkap.