

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis dari penelitian yang berjudul “Strategi Membangun *Brand* Kharismatik (Studi pada Pabrik Kata-Kata Joger Bali)” ini dapat disimpulkan dalam beberapa hal sebagai berikut:

- a) Pabrik Kata-Kata Joger Bali tidak menerapkan strategi atau taktik dalam *brand* kharismatik melainkan sikap hidup yang terkumpul pada **BAJU2RA6BER** dalam artian semua hal yang dilakukan oleh Joger Bali harus Baik, Jujur, Ramah, Rajin, Bertanggung jawab, Berimajinasi, Berinisiatif, Berani, Bersyukur, Bermanfaat bagi diri sendiri maupun makhluk hidup secara adil & berkesinambungan.
- b) Implikasi dari penetapan pada Pabrik Kata-Kata Joger Bali membantahkan teori-teori yang mendukung dalam menerapkan dan membangun *brand* kharismatik. Meskipun demikian, Joger Bali bisa sukses mewujudkan Visi Misi/Prinsip Hidup, sukses membangun *brand* kharismatik dalam mempertahankan keunggulan bersaing, tetap eksis dan sangat disegani masyarakat serta memiliki pancaran keistimewaan bagi penggunanya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada bab IV, peneliti memberikan saran yang mungkin akan dapat bermanfaat bagi pihak manajemen Pabrik Kata-Kata Joger Bali maupun pihak lain yaitu dengan memberikan ruang lingkup atau bahkan melibatkan user/pelanggan setia Pabrik Kata-Kata Joger dalam menetapkan *brand* kharismatik, dalam artian pihak Joger memberikan masukan seputar *brand* dengan sikap yang telah dicanangkan oleh Joger, misalnya sebuah Kata-Kata yang mengandung manfaat dituangkan dari pemikiran *user* kemudian pihak manajemen Joger (pimpinan) mengevaluasi apakah hal tersebut layak dan bernilai atau tidak. Hal ini karena saat ini, *user*/pelanggan yang menjadi *driver* untuk penguatan sebuah *brand*.