

BAB II GAMBARAN UMUM BRAND ZOYA

A. Profil Brand Zoya

Zoya merupakan salah satu brand muslim Indonesia yang didirikan oleh Fenny Mustafa yang berdiri sejak tahun 2005, menjadi pelopor hijab dan pakaian muslim di Indonesia yang telah memiliki lebih dari 160 toko yang tersebar luas diseluruh Indonesia. Sebagai alternatif busana muslim berkualitas dan *up-to-date* yang terjangkau bagi kalangan menengah. Zoya merupakan salah satu bisnis dari Shafco Enterprise, sebuah *holding company* yang bergerak dalam bidang Muslim Fashion sejak tahun 1989 dengan kantor pusat yang berlokasi di Bandung, Indonesia (Zoya.co.id, 2013).

Zoya adalah nama feminin yang dipakai di Rusia dan Ukraina, diambil dari bahasa India yang memiliki arti “bersinar”, sedangkan dalam bahasa Arab diartikan dengan “peduli” dan “menyenangkan”. Warna hijau pada logo Zoya melambangkan kehidupan, kesegaran, ketenangan, dan pertumbuhan. Warna coklat berarti daya tahan dan kenyamanan yang melambangkan bumi dan tanah (ViraYanti, 2015).

Zoya hadir untuk menyempurnakan penampilan muslimah Indonesia dengan berbagai jenis busana yang selalu mengikuti *trend* dunia. Dengan menggunakan Zoya, masyarakat mampu bergaya *modis* dengan produk berkualitas dan harga yang terjangkau. Dengan tetap mengutamakan desain gaya yang ringan dan penuh warna, serta terus memberikan inovasi baru pada desain hijab dan busana muslim dari desainer-desainer terbaik di Indonesia, mulai dari desain yang eksklusif hingga inovasi bahan yang mengutamakan kenyamanan, Zoya dapat mempertegas kecantikan penggunanya.

Perkembangan bisnis yang kian kompetitif membuat Zoya terus melakukan inovasi dalam produk, pelayanan, serta strategi pemasaran yang digunakan dengan mengutamakan kualitas *brand image*. Seperti melakukan berbagai strategi promosi online dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi melalui media-media online yang ada, dengan tujuan mencapai mimpi “Indonesia ber-ZOYA” sebagai acuan dan motivasi untuk terus berinovasi dan mampu bersaing.

ZOYA

Gambar 2

Logo Brand Zoya

(sumber : zoya.co.id, 2019)

Visi Misi dari brand Zoya ialah Mmenjadi referensi utama bagi para muslimah dalam berbusana hijab yang *fashionable*. Menciptakan inovasi-inovasi *style* busana muslim terbaru, memberikan inspirasi kepada para muslimah untuk selalu berhijab *stylish*, dan menyediakan solusi bagi kecantikan paras wanita muslimah. “Lebih Pas Untuk Cantikmu” adalah *tagline* yang diangkat Zoya karena Zoya sangat memahami karakter kecantikan yang berbeda bagi tiap wanita dan mampu memberikan solusi terbaik untuk tiap karakter garis wajah dan tubuh. (Profil Zoya, 2018).

Brand, Philosophy Zoya adalah “*light and color*”. Zoya menampilkan koleksi yang berfokus pada produk yang berkarakter ringan, *easy to wear, easy to match*, serta lengkap dalam desain dan warna. Tidak hanya jilbab dan busana muslim saja, Zoya juga mengembangkan sayap dengan menciptakan bisnis lainnya yaitu seperti *Zoya Cosmetic, Zoya Jeans, dan Zoya Home*. Dengan demikian, Zoya kian mampu memenuhi kebutuhan customer dalam bidang fashion muslim.

1. Zoya Fashion

Zoya Fashion memiliki kerudung sebagai produk unggulannya. Namun tidak hanya itu, *Zoya Fashion* juga menyediakan produk pelengkap *fashion* lainnya seperti busana, aksesoris, hingga perlengkapan ibadah bagi para customer. Tersedia dalam beragam warna dan model yang anggun dan menarik khas Zoya, produk-produk *Zoya Fashion* merupakan pilihan yang tepat untuk memahami *customer* dalam berbagai situasi. (sentraedukasi.com, 2018).

2. Zoya Home

Zoya Home merupakan pilihan *fashion* yang dapat digunakan oleh customer dalam berkegiatan sehari-hari, baik di dalam maupun disekitar rumah, agar tetap nyaman namun tetap terlihat *stylish*. Produk-produk *Zoya Home* terbuat dari bahan yang lembut dan adem, disertai desain yang menarik dengan model yang *simple* dan

casual, karena Zara Home menekankan pada kenyamanan sehingga membuat aktivitas sehari-hari *customer* di rumah menjadi menyenangkan. (sentraedukasi.com, 2018)

3. Zoya Jeans

Produk-produk Zoya Jeans diciptakan untuk customer yang menyukai busana-busana bernuansa jeans, yang bergaya santai dan casual namun tetap cantik. Ragam koleksi Zoya Jeans tersedia mulai dari koleksi *tops* yang terdiri dari *shirt*, tunik, *dress*, dan *outerwear*, hingga koleksi *bottom* seperti beragam *style* celana dan rok panjang. Cocok untuk customer yang “*Smart, respectful, and fun*”. (sentraedukasi.com, 2018)

4. Zoya Cosmetics

Tidak hanya busana, Zoya Cosmetics hadir untuk melengkapi kebutuhan *customer* terhadap produk-produk kecantikan, mulai dari perlengkapan *make-up* seperti *lipstick*, *lip balm*, *bedak*, *BB cream*, *eye brow*, *eye shadow*, *blush on*, *mascara*, dan *make up removal*. Hingga perawatan wajah dan tubuh seperti masker, *facial wash*, dan *body mist*. Kehadiran Zoya Cosmetics ini dapat menjadi referensi para muslimah untuk menunjang kecantikan wajah sehari-hari. (sentraedukasi.com, 2018)

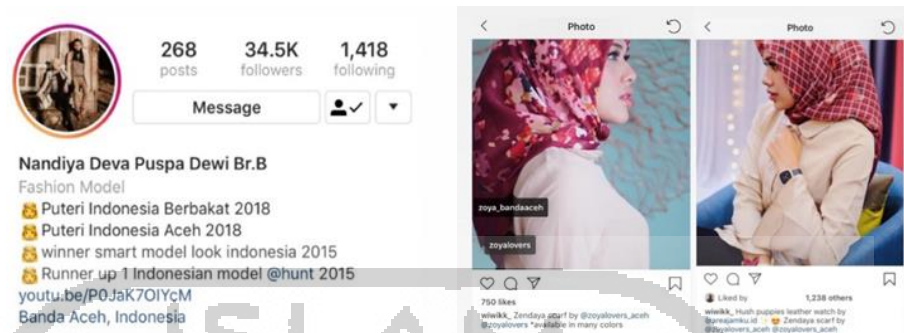
B. Profil Celebrity Endorser, Pemilik Akun Instagram @Wiwikk_

Nandiya Deva Puspa dewi merupakan salah satu *fashion model* yang menyandang gelar sebagai *Winner Smart Model Look Indonesia* pada tahun 2015, dan merupakan *runner up 1 Indonesia Model Hunt 2015*. Selain itu, pada tahun 2018 Nandiya Deva Puspa Dewi kembali mendapatkan gelar sebagai Puteri Indonesia Aceh, dan menjadi Puteri Indonesia Berbakat 2018.

Nandiya Deva Puspa Dewi atau pemilik akun instagram @Wiwikk_ dengan jumlah pengikut sebanyak 34.5 ribu ini merupakan salah satu model yang dipilih oleh Zoya sebagai *celebrity endorser* dalam mempromosikan produknya karena kelebihan dan gelar yang dimilikinya. Citranya yang baik juga membuat Zoya tertarik untuk bekerjasama dengan Nandiya Deva Puspa Dewi karena citra dari selebriti tersebut juga akan sangat berpengaruh kepada *brand image* dari *brand Zoya* itu sendiri.

Tampilan sosial media Instagram dalam akun @Wiwikk_ yang dimiliki Nandiya selalu menampilkan foto *outfit* yang ia kenakan setiap harinya, akun instagram yang dimiliki Nandiya dinilai sangat berpengaruh karena ia memiliki jumlah *followers* atau pengikut yang cukup banyak sehingga akan dengan mudah menarik minat masyarakat.

Kini, Nandiya Deva Puspa dewi merupakan salah satu selebriti khususnya pada dunia model yang sedang digandrungi khususnya dikalangan wanita muslim jaman sekarang.



Gambar 3

Profil instagram celebrity endorser Nandiya Deva Puspa dewi @Wiwikk_

Sumber Data: (Instagram, 2019)

Mengingat produk Zoya diperuntukkan untuk kalangan wanita muslim, *hijabers* remaja hingga dewasa, penelitian ini berniat untuk mengukur pada *followers* akun sosial media instagram @Wiwikk_ yang dimiliki oleh Nandiya Deva Puspa Dewi. Maka dari itu judul dari penelitian ini adalah “Pengaruh *Celebrity Endorser* Melalui Sosial Media Instagram @Wiwikk_ Terhadap *Brand Image* dan Keputusan Pembelian Konsumen Brand Zoya”.