

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

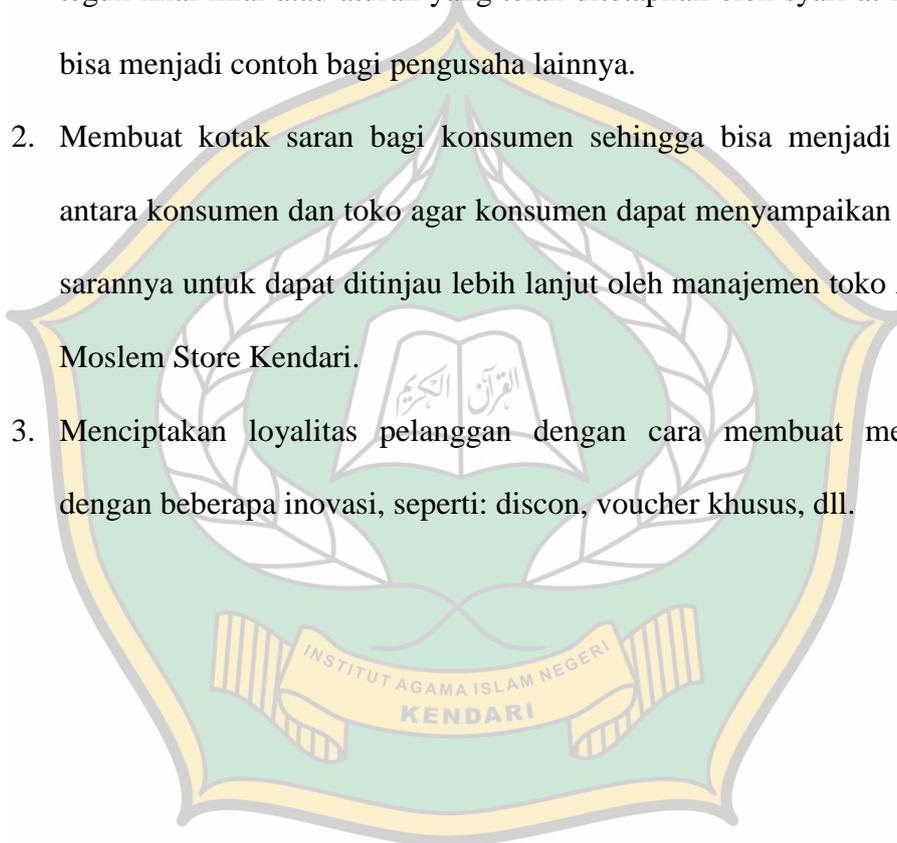
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa sistem pemasaran yang diterapkan pada Toko Andalusia yaitu dengan melakukan promosi, penjualan secara online, pelayanan prima dengan konsep 7S (salam, senyum, sapa, sopan, santun, siap, dan siaga), dan adanya hak ikhtiar. Produk Toko Andalusia berlabel halal, bahan yang digunakan dalam pembuatan produk tidak berasal dari bahan haram atau najis, dan tidak memiliki kecenderungan bau atau rasa yang mengarah kepada produk haram.
2. Dari hasil penelitian maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Pemasaran produk Toko Andalusia Moslem Store Sesuai dengan nilai-nilai Perspektif Ekonomi Islam yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Bersifat transparansi, tidak ada unsur paksaan, berlaku jujur dan adil dalam melakukan usahanya, serta berkepribadian baik yang dimana Toko Andalusia memiliki inovasi untuk meningkatkan usaha dan mendapat keuntungan akan tetapi di samping itu tetap memperhatikan norma-norma keislaman demi mencapai profit/keuntungan yang halal dan barokah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi Toko Andalusia di kelurahan Lalolara diharapkan dalam melakukan bisnis dan usaha yang dijalankan setiap hari selalu istiqomah memegang teguh nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam, dan bisa menjadi contoh bagi pengusaha lainnya.
2. Membuat kotak saran bagi konsumen sehingga bisa menjadi jembatan antara konsumen dan toko agar konsumen dapat menyampaikan kritik dan sarannya untuk dapat ditinjau lebih lanjut oleh manajemen toko Andalusia Moslem Store Kendari.
3. Menciptakan loyalitas pelanggan dengan cara membuat membercard dengan beberapa inovasi, seperti: discon, voucher khusus, dll.



DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

- Abdul, Manan Muhammad. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bakhti Prima Yas. 1997.
- Assauri Sofjan, *Manajemn Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002)
- Bungi M. Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2008
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Mekar Surabaya, 2004)
- Ismail Sholihin, *Manajemen Strategik*. Bandung: PT Gelora Aksara Pratama. 2012.
- Idri, *Hadis Ekonomi*, Jakarta : Kharisma Putra Kencana, 2015.
- J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet I, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008 M.
- Kertajaya dan Sula, *Syariah Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 2002)
- Kotler, Philip dan Susanto, Ibnu. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia (Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta : Salemba Empat., 2000.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*, Jakarta : Salemba Empat, 2001 M.
- Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007 M.
- M. Saifudin Ahmad, *Studi Nilai-nilai Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta pusat: Media Da'wah dan LIPPM.
- Muhajir Neong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet I, Yogyakarta, 2000 M.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana). 2006.
- P3EI, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2008.
- Stanton, William. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid Kedua Edisi Ketujuh*. Erlangga:Jakarta,1996 M.