BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan dari hasil penelitian dan pembahasan strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen di Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian Toko busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung menerapkan strategi pemasaran dengan bauran pemasaran yang didalamnya meliputi 4 (empat) unsur pemasaran yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*). Produk yang di tawarkan di Toko busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung adalah segala macam pakaian seperti busana muslim wanita dan pria dewasa serta anak – anak, perlengkapan sholat, aksesoris dan oleh – oleh haji, dan lain sebagainya.

Harga dari produk yang ditawarkan oleh Toko busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung adalah harga yang sesuai dengan harga di pasar serta sesuai dengan kualitas dari produk yang ditawarkan. Selain harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan Toko busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung,

Tulungagung memiliki tempat yang strategis dan dekat dengan jalan raya sehingga memudahkan khalayak umum untuk melihat keberadaan dari toko tersebut serta akses yang mudah untuk menuju ke toko tersebut memudahkan Toko busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung untuk menjual produk yang ditawarkan. Toko busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung tentunya melakukan promosi untuk memperkenalkan produk kepada khalayak umum. Promosi yang dilakukan diantaranya adalah melaluli media *online* dan *offline*.

Minat beli konsumen muncul karena beberapa faktor diantaranya adalah dorongan dari individu itu sendiri, motif sosial dan faktor emosional. Sama halnya dengan para konsumen di toko busana "*Indofashion* Aziziah" Bandung, Tulungagung yang tertarik berbelanja di toko tersebut tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Konsumen tertarik untuk berbelanja produk di oko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung dikarenakan produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan, tempat dari toko tersebut, serta promosi yang dilakukan oleh toko tersebut.

2. Strategi Pemasaran di Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung juga menerapkan strategi pemasaran Islami selain menerapkan strategi pemasaran konvensional. Strategi pemasaran Islami yang dilakukan oleh Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung adalah strategi pemasaran Islami yang berdasarkan dan sesuai dengan prinsip – prinsip pemasaran Islami, karakteristik pemasaran Islami dan berdasarkan pada praktik pemasaran Islami yang dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw.

Karakteristik pemasaran Islami yang dilakukan oleh Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung adalah sebagai berikut: a) Ketuhanan: Pemilik Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung percaya dan yakin bahwa semua yang dilakukan oleh manusia diawasi oleh Allah SWT, b) Etis: Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung tidak membeda – bedakan setiap konsumen yang datang dan melayani konsumen sepenuh hati, c) Realistis: Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung selalu berkata jujur dalam memasarkan produknya dan memasarkan produk sesuai dengan kenyataan, d) Humanistis: Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung selalu bersikap baik kepada semua konsumen tanpa

membeda – bedakan antara konsumen satu dengan lainnya, karena pembeli adalah raja.

Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung juga melakukan pemasaran Islami sesuai dengan prinsip – prinsip pemasaran Islami yaitu Ikhtia, Manfaat, Amanah, Nasihat. Pemasaran Islami yang dilakukan oleh Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung adalah pemasaran Islami yang sesuai dengan praktik bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw yaitu *Shidiq*, *Amanah*, *Fatanah*, dan *Tabligh*.

B. Saran

Pada bagian akhir penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengajukan saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan. Peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Toko busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung

   Toko busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung harus tetap mempertahankan strategi pemasaran yang dilakukan saat ini dan apabila dimungkinkan terus berusaha memperbaiki strategi pemasaran sangat diperlukan agar perusahaan dapat terus bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang sama sehingga apabila strategi pemasaran yang diterapkan baik maka akan mampu menarik minat beli konsumen baru yang lebih banyak lagi dan dapat mempertahankan konsumen lama. Strategi pemasaran Islami sangat

penting juga untuk tetap dilakukan agar tetap ingat bahwa mencari keberkahan dalam setiap usaha itu penting agar usaha yang dijalankan berjalan dengan lancar selain dengan tujuan kepentingan duniawi.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat membantu dalam menambah kepustakaan di IAIN Tulungagung sebagai referensi keilmuan mengenai strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen di Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung Tulungagung menurut perspektif ekonomi Islam.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang dapat digunakan sebagai referensi peneliti selanjutnya yang membahas mengenai strategi pemasaran menurut perspektif ekonomi Islam pada umumnya. Selain itu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Kosumen di Toko Busana "*Indofashion Aziziah*" Bandung, Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam.