

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil serta pembahasan yang telah dikemukakan dalam penelitian, maka dapat disajikan beberapa kesimpulan yaitu :

1. Strategi pemasaran bisnis Khadijah Aqiqah berfokus pada memenuhi kebutuhan konsumen Muslim yang menginginkan layanan aqiqah yang praktis, berkualitas, dan sesuai syariah. Strategi ini mencakup segmentasi pasar yang meliputi aspek geografis, demografis, psikografis, dan perilaku, dengan penargetan semua kalangan masyarakat menggunakan strategi "*undifferentiated*" dan "*differentiated targeting*". Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Khadijah Aqiqah efektif dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Strategi tersebut meliputi penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk promosi produk secara luas, sehingga mampu menjangkau lebih banyak konsumen. Selain itu, kualitas produk dan layanan yang konsisten turut membangun kepercayaan konsumen. Variasi pilihan paket aqiqah yang ditawarkan juga memberikan fleksibilitas bagi konsumen dalam menyesuaikan kebutuhan mereka. Strategi pemasaran word-of-mouth melalui testimoni pelanggan yang puas berperan signifikan dalam menarik konsumen baru, meningkatkan loyalitas, dan akhirnya meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bisnis Khadijah Aqiqah menerapkan prinsip ekonomi Islam dalam strategi pemasaran dengan mengedepankan nilai-nilai etika dan moral. Empat faktor kunci kesuksesan yaitu *Shiddiq* (kejujuran), *Amanah* (kepercayaan), *Fathanah* (kecerdasan), dan *Tabligh* (komunikasi) mewujudkan praktik bisnis yang berlandaskan syariah. Kejujuran tercermin dari transparansi informasi produk, amanah melalui pengiriman tepat waktu dan sesuai pesanan, fathanah dalam berinovasi dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar, serta tabligh dalam komunikasi yang terbuka dan efektif dengan konsumen. Semua ini membuktikan bahwa Khadijah Aqiqah tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga berkomitmen untuk meraih ridha Allah SWT dengan memberikan layanan yang jujur, adil, dan berkualitas.

B. Saran

Setelah dilakukannya penelitian, saran-saran yang diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penulis disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas cakupan pembahasan dan memperdalam analisis terkait faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti kualitas produk dan pengalaman pelanggan. Penulis juga dapat mempertimbangkan untuk meneliti strategi pemasaran digital yang lebih efektif guna meningkatkan akses pasar.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan disarankan untuk terus memperkuat strategi pemasaran yang telah terbukti efektif, seperti pemberian diskon dan promosi, yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, perusahaan perlu fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas konsumen. Disarankan juga agar perusahaan memanfaatkan platform digital seperti pemanfaatan ecommerce seperti Shopee, Tokopedia, Gojek ataupun Grabfood untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen..

C. Kata Penutup

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian skripsi ini dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis Khodijah Aqiqah Desa Surobayan Kecamatan Ambal Kebumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam” telah terselesaikan dengan baik. Penelitian ini tentu tidak lepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan banyak kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan

pembaca, serta dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi Islam. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh