

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan, diantaranya adalah:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan *online shop* Maryam Project melalui instagram dengan sistem *endorsement* sebagai berikut:

Terdapat dua jenis *endoser* yang berlaku di *online shop* Maryam Project yaitu:

- a. *Testimonial* yang berasal dari kalangan orang biasa yang menyampaikan pernyataan tentang keunggulan produk dan berfungsi agar menyakinkan konsumen.
 - b. *Accesivixt* yang berasal dari tokoh biasa yang dipilih secara khusus karena terdapat keunikan pada bidang tertentu, seperti badan yang tinggi, paras yang cantik yang mempunyai daya tarik bagi konsumen saat mempromosikan produk *online shop* Maryam Project
2. Strategi pemasaran yang dilakukan *online shop* Maryam Project melalui instagram dengan sistem *endorsement* ditinjau dari etika bisnis Islam sebagai berikut:

Menggunakan sistem *endorsement* tidak memiliki niat yang jahat seperti penipuan, prinsip yang digunakan yaitu prinsip kejujuran karena setelah produk sampai ke selebritis instagram akan segera dipromosikan sesuai kesepakatan. Landasan yang diterapkan *online shop* Maryam Project yaitu landasan tanggung jawab, dan juga menekankan pada status yang jelas dalam menjalankan bisnisnya dalam bentuk status yang halal.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat memperdalam kembali mengenai strategi pemasaran melalui instagram dengan sistem *paid promote* yang berpengaruh besar terhadap kesuksesan *online shop*.
2. Untuk peneliti selanjutnya semoga dengan adanya penelitian yang berjudul “strategi pemasaran melalui instagram dengan sistem *endorsement* ditinjau dari etika bisnis Islam” dapat dijadikan acuan penelitian selanjutnya.