

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian yang peneliti lakukan kali ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Clarissa Fashion Store Kota Kediri menggunakan bauran pemasaran 4P, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Pada aspek produk, toko menyediakan berbagai jenis fashion wanita yang selalu mengikuti tren, berkualitas baik, dan melalui proses pengecekan sebelum dijual. Pada aspek harga, toko menetapkan harga dengan mempertimbangkan modal, kualitas produk, harga pesaing, dan daya beli konsumen agar tetap terjangkau namun tetap memperoleh keuntungan. Pada aspek tempat, lokasi toko dinilai strategis karena berada di pusat kota, dekat area perdagangan, mudah dijangkau, meskipun masih terdapat keterbatasan pada lahan parkir. Pada aspek promosi, Clarissa Fashion Store aktif menggunakan media sosial, diskon, giveaway, *personal selling*, dan program membership untuk menarik serta mempertahankan konsumen. Strategi pemasaran Clarissa Fashion Store terbukti berperan dalam meningkatkan loyalitas konsumen karena mampu mendorong pembelian ulang, mempertahankan pelanggan, dan memunculkan rekomendasi dari konsumen kepada orang lain. Loyalitas ini terlihat dari tingginya jumlah konsumen repeat order, banyaknya member, serta adanya konsumen yang datang kembali

karena merasa puas terhadap produk, harga, pelayanan, dan promosi yang diberikan. Program membership, diskon, dan pelayanan yang ramah menjadi faktor yang paling mendukung terbentuknya loyalitas tersebut

2. Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, strategi pemasaran Clarissa Fashion Store pada dasarnya sudah sesuai dengan prinsip-prinsip pemasaran syariah, terutama dalam hal kejujuran, amanah, pelayanan yang baik, dan tidak melebih-lebihkan kondisi produk. Karyawan berusaha menyampaikan informasi produk secara apa adanya, melayani konsumen dengan sopan, serta menangani komplain dengan bijaksana. Hal ini menunjukkan bahwa praktik pemasaran di Clarissa Fashion Store tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan nilai keadilan, kepercayaan, dan kemaslahatan konsumen sesuai ajaran ekonomi Islam

B. Saran

1. Bagi Clarissa Fashion Store

Clarissa Fashion Store sebaiknya mempertahankan strategi pemasaran yang sudah diterapkan, terutama pada aspek produk, harga, tempat, dan promosi karena terbukti mampu meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu toko dapat lebih mengoptimalkan program membership, promosi media sosial, dan pelayanan personal selling agar hubungan dengan konsumen semakin kuat.

2. Bagi Karyawan dan Owner

Karyawan dan owner perlu terus menjaga sikap jujur, amanah, ramah,

dan responsif dalam melayani konsumen agar kepercayaan pelanggan tetap terpelihara. Dalam perspektif ekonomi Islam nilai-nilai tersebut penting untuk dijadikan dasar dalam setiap aktivitas pemasaran supaya usaha tidak hanya berkembang secara bisnis, tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji strategi pemasaran dan loyalitas konsumen pada objek penelitian yang berbeda, baik pada usaha fashion maupun sektor lainnya. Kajian berikutnya juga dapat menambahkan variabel lain, seperti kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, atau pemasaran digital, agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam.