

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Strategi Pemasaran yang dilakukan diperusahaan Air Minum Al-Mughits adalah dengan menerapkan *marketing mix* yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. produknya mengandung bhio terapi dan halal dan harga yang dipatok pun juga relatif murah untuk kalangan air minum dalam kemasan. tempat perusahaan sangat mudah untuk dicari karena berdampingan dengan lokasi pondok mantenand. dan promosi yang digunakan tidak melalui elektronik melainkan dengan adanya sholawat mustaghitsu almughist dan juga melalui pasar-pasar.
2. Strategi pemasaran air minum al-mughits dalam perspektif marketing syariah sudah sesuai dengan karakteristik pada syariah marketer yaitu konsep robbaniyyah, etis, realistis, dan humanistis dengan 4 sifat Rosulullah SAW yaitu shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil diatas penualis memberikan saran sebagai berikut: berkaitan dengan alughits sebaiknya lebih dikenalkan lagi produk air minum dalam kemasan tersebut dipasarkan juga melalui media hingga bisa tersebar keseluruh negri hingga semua dapat mengenali produk amdk tersebut