

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasar pada hasil analisis dan pembahasan dari data strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha pertamini menurut perspektif ekonomi Islam, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat tiga strategi yang dipakai Pertamina Superbonus dalam mempertahankan loyalitas konsumen yang sesuai dengan ekonomi Islam yaitu; membangun komunikasi dengan konsumen, menariki perhatian konsumen, dan pelayanan optimal.
2. Karakteristik loyalitas konsumen pada usaha Pertamina Superbonus dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain; melakukan pembelian kembali/ transaksi secara teratur, tidak terpengaruh dengan layanan jasa pertamini lain, dan merekomendasikan kepada orang lain agar ikut membeli pada Pertamina Superbonus.
3. Faktor pendukung strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha Pertamina Superbonus antara lain; keunggulan produk, keunggulan harga, keunggulan tempat, dan keunggulan promosi/bonus. Sedangkan faktor penghambatnya adalah kelangkaan bahan bakar dari SPBU pusat, mulai banyak pertamini baru yang bermunculan, kenaikan harga Bahan Bakar Minyak, dan terjadinya pandemi dan *lock down* yang menyebabkan penurunan jumlah pembeli.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini jauh dari kata sempurna dan pastinya tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Keterbatasan tersebut baik dari segi penulisan maupun sumber acuan yang peneliti gunakan. Penelitian yang dikaji dari beberapa teori dan telaah pustaka akan lebih mampu memberikan pemahaman yang lebih terperinci sehingga mudah dipahami oleh generasi selanjutnya, penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini mempresentasikan informasi tentang strategi mempertahankan loyalitas konsumen, sehingga belum

mampu memberikan informasi secara menyeluruh tentang ruang lingkup lainnya.

2. Penelitian ini hanya menginterpretasikan strategi mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha pertamini yang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

C. Saran

1. Bagi Perusahaan

Kualitas pelayanan dan produk yang diberikan sudah cukup baik, semoga selalu dipertahankan serta semakin meningkatkannya agar konsumen semakin loyal terhadap perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan langkah-langkah dan strategi yang sesuai untuk Pertamina Superbonus dalam mempertahankan loyalitas konsumen agar memperluas pangsa pasar dan penjualan kedepannya semakin berkembang.

2. Bagi Pembaca

Sebagai penambah wawasan, panduan atau rekomendasi untuk praktisi ekonomi syariah yang menjalankan usahanya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian ekonomi Islam mengenai strategi mempertahankan loyalitas konsumen suatu usaha. Juga diharapkan bisa menjadi sumbangsih pemikiran bagi penelitian lainnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih sangat terbatas, hanya terfokus pada strategi mempertahankan loyalitas konsumen suatu usaha menurut perspektif ekonomi Islam. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk menambah variabel penelitian agar hasil penelitian lebih lengkap dan akurat.