

BAB V PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Bersumber hasil penelitian yang dijalankan peneliti, peneliti menyimpulkan kalau:

1. Penerapan *Islamic Marketing Mix* pada Elbina yaitu sudah cukup baik, di dukung dengan unsur 7P yang sudah berhasil. Namun terdapat sebagian hal yang belum efektif yaitu pada promosi onlinenya kurang maksimal selain itu tempat penjualan juga kurang strategis. Namun mampu menarik minat beli konsumen melalui reseller dan pusat Toko oleh-oleh. Pada unsur produk, harga, proses, manusia, bukti fisik Elbina sudah berhasil menerapkannya.
2. Faktor yang paling dominan *Islamic Marketing Mix* pada Elbina yaitu produk. Produk pada Elbina sangat berkualitas dan juga ada banyak bervariasi serta dalam pembuatan produknya Elbina selalu memilih bahan baku yang masih segar serta pembuatannya selalu menjaga kebersihan.

B. Saran

Dengan berakhirnya penelitian yang dijalankan di Elbina Kudus, hingga peneliti memberikan masukan selaku bahan pertimbangan sebagai berikut:

1. Bagi pihak Elbina untuk selalu berinovasi lebih luas terkait produk yang dihasilkan dan selalu meningkatkan kualitas produknya.
2. Melengkapi bukti fisik yang belum ada seperti, kaligrafi dan mushola bagi konsumen karena itu berpengaruh terhadap konsumen.
3. Dalam pemilihan tempat seharusnya berada dipusat kota dan keramaian, karena dengan adanya tempat yang berada di pusat kota dan keramaian mempermudah konsumen untuk datang langsung melihat produksinya serta mempermudah untuk memperkenalkan produk.
4. Dalam promosinya di Shoppe, Tokopedia, Blibli untuk ditingkatkan mengenai produk yang diupload, dengan produk yang banyak akan menjadikan nilai tambah minat beli bagi konsumen.
5. Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan literatur bagi penelitian mendatang.