

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai analisa implementasi syariah marketing mix di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya , maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Implementasi *Sharia Marketing Mix* di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah di praktekan secara berurutan yang di awali dengan *product, pricing, branding, distribution channels, personal selling, advertising, promotions, packing, display, servicing, physical handling* dan *finding fact analysis*.
2. Analisis Implementasi *Sharia Marketing Mix* di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya juga sudah sesuai dengan teori-teori *sharia marketing mix*.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti akan memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Universitas Muhammadiyah Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk perkembangan ilmu ekonomi syariah khususnya manajemen sumber daya manusia, serta dapat digunakan sebagai salah satu referensi mahasiswa

Fakultas Agama Islam prodi perbankan syariah, berhubung peneliti adalah angkatan pertama jurusan prodi perbankan syariah tahun 2014. Semoga bermanfaat buat mahasiswa generasi berikutnya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Meskipun penulisan penelitian ini telah dilakukan secara sebaik-baiknya namun keterbatasan penelitian ini tidak bisa dihindari. Untuk peneliti selanjutnya yang serupa dengan penelitian yang masih berkaitan dengan terhadap penggunaan produk bank syariah guna semoga bisa punya gambaran yang luas terkait dengan penelitian tentang ini dan hasil yang akurat serta menggunakan teori-teori dan konsep *sharia marketing mix*. Selain itu penelitian ini hanya dilakukan di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya

3. Bagi Perbankan Syariah

Penelitian ini bisa di jadikan sebagai rujukan dan referensi kepada perbankan syariah, bagaimana dalam menerapkan implementasi *syariah marketing mix* di dunia perbankan syariah khususnya.

4. Bagi Pemerintahan

Semoga penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan sebagai upaya pengembangan ilmu pemerintahan, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian

terhadap Bank syariah dalam menilai implementasinya apakah sudah melakukan sesuai dengan teori *sharia marketing mix*.