**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti menyimpulkan beberapa hal antara lain:

1. Pemasaran yang diterapkan AQUAKY yaitu:
2. Memaksimalkan peran distributor dan agen sebagai ujung tombak perusahaan.
3. Promosi produk melalui sponsor atau sebuah event, pendekatan langsung kepada konsumen melalui lokakarya dan menggunakan brosur.
4. Memanfaatkan civitas Pondok Pesantren Jawaahirul Hikmah melalui pengurus dan alumni.
5. Menurut ekonomi Islam menerapkan nilai-nilai keislaman dalam pemasaran yaitu menekankan nialai kejujuran, keadilan, menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dan menempatkan pesaing sebagai mitra bukan musuh.
6. Penerapan Pemasaran AQUAKY sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.
7. **Saran**
8. Bagi Akademik
9. Untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan tetang pemasaran yang diterapkan perusahaan AQUAKY.
10. Untuk referensi dalam memperbaiki permasalahan-permasalahan di bidang pemasaran.
11. Bagi Praktisi
12. Untuk menjadi bahan rekomendasi Badan Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Tulungagung dalam memutuskan kebijakan menganai perencanaan pembangunan daerah perindutrian.
13. Untuk bahan evaluasi kebijakan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung mengenai perkembangan perindustrian dan perdagangan yang ada di Kabupaten Tulungagung.
14. Menjadi bahan kajian Dinas PU Pengairan dan ESDM Kabupaten Tulungagung dalam hal semakin berkembangnya industri air minum dalam kemasan di Kabupaten Tulungagung
15. Sebagai bahan kajian badan lingkungan hidup kabupaten Tulungagung untuk mengontrol masalah pencemaran lingkungan.
16. Bagi BPOM untuk referensi di bidang pengawasan perindustrian obat-obatan dan makanan.
17. Bagi Peneliti Selanjutnya
18. Supaya memperdalam kajian ini dengan mengadakan penelitian yang sejenis untuk memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan AQUAKY.
19. Agar peneliti selanjutnya menggunakan strategi alternatif yang bisa meningkatkan kinerja perusahaan AQUAKY.
20. Bagi Peneliti Selanjutnya
21. Untuk lebih kreatif dalam menentukan kemasan produk terutama bagi produk yang belum memenuhi target penjualan
22. Untuk menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam pemasaran.