

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel *Islamic Marketing*, *Social Media Marketing*, dan *Islamic Value* terhadap variabel *Customer Satisfaction* pada Konsumen Dafa Shop Kudus. Pada penelitian ini, sudah membahas tentang fokus dari penelitian yang dilakukan, teori, data dan analisis temuan lapangan yang terdapat pada setiap bab. Berdasarkan dari data yang diperoleh maka peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut ini :

1. Variabel *Islamic Marketing* yang dibuktikan dengan hasil uji t dinyatakan bahwa *Islamic Marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Dafa Shop Kudus. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan tentang produk, harga dan tempat mampu mempengaruhi *Customer Satisfaction*. Pemasaran Islam adalah kegiatan dalam menjalankan bisnis berdasarkan ajaran Islam, mulai dari perencanaan hingga membuat produk tersedia untuk pelanggan. Jika dalam pemasaran di mulai dari segi produk, harga dan tempat disertai dengan ajaran islam seperti saat memasarkan produk bisa menjelaskan secara detail produk nya sesuai yang ada, harga juga sesuai dengan barang yang dijual tidak melebihi-lebihkan dan yang terakhir adalah tempat yang yang disediakan memiliki kriteria pembeli misal tempat parkir luas, toko nyaman, karyawan toko ramah dan ada tempat ibadah juga. Dengan menerapkan kriteria tersebut secara otomatis akan membuat konsumen puas dan menjadi pelanggan setia.
2. Variabel *Social Media Marketing* yang dibuktikan dengan hasil uji t dinyatakan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Dafa Shop Kudus. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan tentang membangun hubungan dan promosi mampu mempengaruhi *Customer Satisfaction*. Pemasaran Media Sosial adalah alat pemasaran yang digunakan di perusahaan untuk meningkatkan kesadaran, mengenali, mengingatkan, dan mendorong tindakan untuk merek, bisnis, atau produk. Pemasaran yang dilakukan lewat media sosial sangat membantu sebuah perusahaan atau toko untuk mengenalkan produk yang di jual sehingga konsumen bisa mengetahui produk yang dijual dan

detailnya melalui media sosial dan bisa memberikan kepuasan tersendiri dengan hanya lewat media sosial konsumen bisa mengetahui dengan jelas produk yang dijual di sebuah toko.

3. Variabel *Islamic Value* yang dibuktikan dengan hasil uji t dinyatakan bahwa *Islamic Value* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Dafa Shop Kudus. Hal tersebut dikarenakan pelayanan sesuai nilai dan syariat islam mampu mempengaruhi *Customer Satisfaction*. Nilai – nilai islam adalah tindakan yang jelas sesuai dengan Al-Qur'an dan hadits, sifat-sifat yang penting atau berguna bagi umat manusia berdasarkan ajaran Allah kepada Nabi Muhammad. Penerapan nilai-nilai isla berhubungan dengan etika bisnis islam. Pelanggan akan merasa puas dengan menerapkan etika islam ditempat kerja, karena kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh karakteristik pelayanan ditoko tersebut.

B. Saran

Kesimpulan yang dikemukakan diatas adalah berdasarkan data lapangan yang diperoleh. Dengan demikian, Berdasarkan kesimpulan ini, peneliti dapat memberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan, dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya.

1. Bagi Toko pakaian Dafa Shop Kudus terkait dengan *Islamic Marketing* agar dapat lebih meningkatkan pemasaran yang dimiliki sesuai dengan yang diajarkan agama dan juga untuk meningkatkan kualitas pada produk sehingga dapat menambah kepuasan para pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti masa depan yang melakukan penelitian terkait di kampus dalam melakukan penelitian berkaitan dengan *Customer Satisfaction* produk Dafa Shop Kudus dibidang fashion, walaupun penelitian ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan.
3. Bagi Konsumen yang ingin membeli produk di Dafa Shop Kudus, agar dapat lebih selektif lagi dalam membeli produk fashion dengan memperhatikan mutu dan kelengkapan produknya sesuai syariah, harga yang lebih murah daripada dipasaran, tempat yang nyaman dan berada ditengah-tengah kota sehingga mudah untuk dijangkau, dan dapat mengenal merek dengan baik melalui promosi di sosial media.