

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Eksplorasi ini bertujuan untuk mengetahui dampak produk halal, biaya dan Electronic Verbal (E-WOM) terhadap kepuasan pembeli dengan MS Gleam Kudus Skincare. Mengingat eksplorasi yang telah selesai baru-baru ini dibicarakan, tujuan berikut menarik ulasan ini:

1. Barang halal pada dasarnya berpengaruh terhadap pemenuhan pembeli di MS Gleam Kudus. Nilai koefisien sebesar 0,322 menunjukkan hal tersebut yang menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan produk halal akan memberikan pengaruh sebesar 0,322 per unit terhadap kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa variabel produk halal pada penelitian ini mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan hasil uji T yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,390 lebih besar dari t tabel sebesar 1,986 dan nilai signifikansi dari 0,001 kurang dari 0,05.
2. Biaya secara keseluruhan mempengaruhi pemenuhan pembeli pada MS Shine Kudus. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien sebesar 0,241 artinya dengan asumsi kenaikan biaya sebesar satu satuan mempengaruhi pemenuhan konsumen sebesar 0,241 per satuan. Berdasarkan uji T diperoleh nilai thitung sebesar 2,592 > ttabel 1,986 dan nilai thitung sebesar 0,011 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diasumsikan bahwa variabel harga pada konsentrasi ini sedikit banyak mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Electronic Informal (E-WOM) secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di MS Sparkle Kudus. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien sebesar 0,393 yang artinya jika Electronic Verbal (E-WOM) bertambah sebesar satu satuan maka akan mempengaruhi pemenuhan pelanggan sebesar 0,393 per satuannya. Berdasarkan uji T diperoleh t hitung sebesar 4,404 > t tabel 1,986 dan nilai kritis sebesar 0,000 dibawah 0,05 maka dapat diasumsikan bahwa variabel Electronic Verbal (E-WOM) pada konsentrasi ini sedikit banyak mempengaruhi pelanggan pemenuhan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kehalalan barang, biaya dan Electronic Verbal (E-WOM) semuanya sama-sama mempengaruhi pemenuhan pembeli. Uji F yang menunjukkan nilai Fhitung 37,445 lebih besar dari Ftabel 2,70. Selain itu juga mempunyai nilai kepentingan sebesar 0,000, yang lebih kecil dari

0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua faktor bebas juga mempengaruhi variabel dependen. Koefisien kepastian (R^2) sebesar 0,552 atau diuraikan tambahan sebesar 55,2%. Besarnya pengaruh faktor reliant khususnya barang halal, biaya dan Electronic Verbal (E-WOM) terhadap faktor gratis khususnya pemenuhan pembeli sebesar 55,2%, kemudian sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh faktor lain dan faktor tidak. disinggung dalam eksplorasi.

B. Saran

Karena peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih kekurangan beberapa temuan utama, ia menawarkan sejumlah saran yang dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya yang tertarik mempelajari produk halal, harga, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Kepuasan Konsumen. , serta mengembangkan kajian dan memberikan rekomendasi bagi perusahaan yang bersangkutan. Berikut ide-ide yang menyertainya:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau menemukan variabel / faktor lain yang belum diteliti seperti brand trust, citra merk, dan lain lain dalam penelitian ini untuk memperkaya pengetahuan dalam dunia skincare dan hal kepuasan konsumen.
 - b. Jika memungkinkan dapat menambah jumlah partisipan sehingga dapat meningkatkan kualitas penelitian secara statisik.
 - c. Bagi penelitian yang akan datang dengan topik yang serupa diharapkan supaya menyempurnakan penelitiannya seperti dengan memberi tambahan variabel bebas lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap minat beli produk halal yang belum dicantumkan didalam penelitian ini. Selain itu apabila dimungkinkan peneliti bisa menambah jumlah partisipan agar terjadi peningkatan kualitas penelitan secara statistic.
2. Bagi MS Glow Kudus

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan MS Glow Kudus dipengaruhi oleh kehalalan produk, harga, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM). Oleh karena itu, dipercaya para ahli atau pemilik dapat mengikuti dan mengembangkan lebih lanjut faktor-faktor yang terkait dengan sudut pandang tersebut untuk lebih meningkatkan kualitas

administrasi dan kepuasan pembeli serta terus berupaya untuk mengembangkan produk MS Gleam sebagai produk perawatan kulit dan tubuh yang digemari oleh seluruh masyarakat. area lokal.

C. Penutup

Alhamdulillah dengan Rahmat Allah SWT yang selalu melimpahkan keberkahan kepada Hambanya yang lemah ini sehingga dapat menuntun peneliti untuk menuntaskan penelitian ilmiah ini yang berbentuk Tesis pada Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana ini. Semoga manfaat dan keberkahan selalu mengiringi penikmat literasi ilmiah ini baik bagi kepentingan riset ataupun peningkatan yang lainnya.

Tesis ini bukanlah karya sempurna dimana kekurangannya masih banyak dan terlihat jelas dimata cendekiawan. Dengan tidak mengurangi rasa hormat diharapkan adanya kritik yang bersifat membangun dalam upaya menyempurnakan tesis ini.

Saya ucapkan terima kasih yang sangat mendalam dan tak terhingga kepada segala banyak pihak yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan Tesis ini dan semoga mendapatkan balasan dan keberkahan dari Allah SWT, *Amiin, amiin, amiin, Ya Rabbal 'Alamin.*