

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah penulis uraikan pada bab-bab sebelumnya, berkaitan dengan pengaruh *product quality*, *brand image*, dan *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan menurut perspektif ekonomi Islam (studi kasus pada Teras Store Kudus). Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara *product quality* terhadap kepuasan pelanggan pada Teras Store Kudus. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk yang dijual oleh Teras Store maka semakin banyak konsumen yang puas ketika membeli iPhone di di Teras Store Kudus. Hipotesis ini dibuktikan dengan nilai pada Uji T yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2,893 > t_{tabel} 1,985$ dan $sig. 0,005 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis H1 yang menyatakan “Terdapat Pengaruh antara *Product Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan” diterima.

Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara *brand image* terhadap kepuasan pelanggan pada Teras Store Kudus. Hal ini berarti semakin banyak jenis produk yang ditawarkan oleh Teras Store Kudus maka semakin banyak konsumen yang puas membeli produk iPhone di sana. Hipotesis ini dibuktikan dengan nilai pada Uji T yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2,103 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai $sig. 0,04 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis H2 yang menyatakan “Terdapat Pengaruh antara *brand image* terhadap Kepuasan Pelanggan” diterima.

Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan pada Teras Store Kudus. Hal ini berarti semakin baik kualitas *service excellent* yang diberikan kepada pelanggan Teras Store Kudus maka semakin banyak konsumen yang puas membeli produk iPhone di sana. Hipotesis ini dibuktikan dengan nilai pada Uji T yang menunjukkan bahwa $T_{hitung} 2,119 > T_{tabel} 1,985$ dan $sig. 0,037 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis H3 yang menyatakan “Terdapat Pengaruh antara *Service Excellent* terhadap Kepuasan Pelanggan” diterima.

Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara *product quality*, *brand image* dan *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan Teras

Store Kudus. Hal ini berarti semakin baik dan seimbang antara kualitas produk, jenis produk dan pelayanan yang diberikan oleh Teras Store Kudus maka semakin banyak konsumen yang puas ketika bertransaksi di sana. Hipotesis ini dibuktikan dengan nilai pada Uji F yang menunjukkan bahwa $F_{hitung} 10,478 > F_{tabel} 3,091$ dan $sig. 0,000 < \alpha 0,05$. Nilai R atau *multiple R* sebesar 0,497 atau 49,7% yaitu menggambarkan hubungan antara variabel bebas bersifat searah dan kuat karena nilai korelasinya berada lebih dari 0,5. Nilai *Adjusted R square* atau determinan R sebesar 0,223 atau 22,3% perubahan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *product quality*, *brand image* dan *service excellent*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sisanya sebesar 77,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis H4 yang menyatakan “Terdapat Pengaruh antara *Product Quality*, *Brand Image* dan *Service Excellent* terhadap Kepuasan Pelanggan” diterima.

Nilai R atau *multiple R* sebesar 0,497 atau 49,7% yaitu menggambarkan hubungan antara variabel bebas bersifat searah dan kuat karena nilai korelasinya berada lebih dari 0,5. Nilai *Adjusted R square* atau determinan R sebesar 0,223 atau 22,3% perubahan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *product quality*, *brand image* dan *service excellent*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sisanya sebesar 77,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Praktik jual beli di Teras Store Kudus sudah memenuhi nilai-nilai ekonomi Islam dibuktikan dengan produk iPhone yang dijual di Teras Store Kudus memiliki manfaat dan nilai guna. iPhone memiliki kondisi fisik yang dapat diserahkan terimakan antara penjual kepada konsumen. Meskipun menjual barang *second*, barang tersebut sudah melalui seleksi, cek fisik, cek spesifikasi dan cek internal dari pihak Teras Store sebelum menjual produk tersebut. Maka, secara fisik produk iPhone merupakan produk yang halal. Teras Store juga bertanggung jawab dalam memberikan garansi serta penyediaan jasa servis unit dengan menggunakan alat yang baik dan tenaga kerja yang profesional. Hal-hal tersebut merupakan nilai-nilai yang dianjurkan dalam ekonomi Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan serta keterbatasan masalah penelitian yang dikemukakan di atas, saran yang dapat dikemukakan bagi pihak-pihak yang terkait terutama

bagi pemilik Teras Store diharapkan dapat memilah produk yang dijual, mengecek kualitas dan memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumennya. Serta dapat mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk demi terwujudnya kepuasan pelanggan.

Sedangkan bagi Konsumen Teras Store diharapkan memiliki pengetahuan dasar tentang produk Iphone sebelum membeli produknya di Teras Store. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kerugian materil. Selain itu, konsumen Teras Store diharapkan mampu menilai produk yang dibeli dengan objektif, jujur dan bijaksana. Kemudian, konsumen diharapkan dapat memberikan saran kepada orang-orang disekitarnya untuk membeli produk iPhone di Teras Store.

