

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat penulis berikan atas dasar hasil penelitian diatas adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh antara *Trust In Brand* terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga hipotesis yang menerangkan bahwa *trust in brand* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terbukti diterima.
2. Variabel yang menerangkan Kualitas Pelayanan Islami terbukti memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menandakan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.
3. Hasil penelitian ini menerangkan bahwa variabel *Trust In Brand* dan Kualitas Pelayanan Islami secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

B. Saran

1. Tidak dapat dipungkiri masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki didalam penelitian bagi penelitian lanjutan. Tentunya tujuannya agar dapat diperoleh hasil penelitian yang jauh dari kelemahan. Adapun beberapa saran akademis maupun praktisi yang ingin melanjutkan penelitian hendaknya memperhatikan beberapa hal sebagai berikut.
2. Sampel yang dipergunakan didalam penelitian ini hendaknya diperbanyak lagi sehingga dapat memperoleh cakupan hasil yang luas.
3. Diharapkan untuk objek penelitian dapat diperluas, tidak hanya terbatas pada butik busana muslim saja.
4. Harapannya kepada peneliti selanjutnya agar mampu memberikan tambahan variabel-variabel lain yang tidak terdapat didalam penelitian ini serta mampu mempengaruhi kepuasan konsumen, adapun variabel-variabel yang dapat digunakan antara lain *purchase decision*.