

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen antara pembelian *online* dan pembelian *offline* produk jilbab dengan studi penelitian pada perempuan muslim di Kabupaten Tulungagung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan konsumen pada harapan dan realita antara pembelian *online* dan pembelian *offline* memiliki perbedaan yang signifikan. Dari hasil analisis juga ditemukan bahwa kepuasan konsumen pada harapan dan realita saat melakukan pembelian secara *offline* lebih unggul dibandingkan melakukan pembelian secara *online*.
2. Kepuasan konsumen pada pembelian yang berulang antara pembelian *online* dan pembelian *offline* tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Dari hasil analisis juga ditemukan bahwa kepuasan konsumen pada pembelian yang berulang saat melakukan pembelian secara *offline* lebih unggul dibandingkan saat melakukan pembelian secara *online*.
3. Kepuasan konsumen pada bertahan menggunakan produk antara pembelian *online* dan pembelian *offline* tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Dari hasil analisis juga ditemukan bahwa kepuasan konsumen pada bertahan menggunakan produk saat melakukan pembelian secara *offline* lebih unggul dibandingkan saat melakukan pembelian secara *online*.

4. Kepuasan konsumen pada mereferensikan kepada orang lain antara pembelian *online* dan pembelian *offline* tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Dari hasil analisis juga ditemukan bahwa kepuasan konsumen pada mereferensikan kepada orang lain saat melakukan pembelian secara *offline* lebih unggul dibandingkan melakukan pembelian secara *online*.

B. Saran

Adapun setelah melakukan penelitian dan memperoleh hasil penelitian ini, pesan dari penulis yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademik penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi terkait kepuasan konsumen pada pembelian *online* dan *offline* serta dapat menambah pengetahuan dalam rangka mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya di Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah.
2. Bagi pengusaha khususnya pengusaha dagang baik yang melakukan pemasaran secara *online* maupun *offline* penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam meningkatkan kualitas yang ada. Pengusaha sebaiknya juga mendengarkan setiap kritik yang diberikan dari konsumen agar dapat meningkatkan kinerja dan kualitas dari produk yang mereka pasarkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat menjadi pengetahuan serta pertimbangan untuk melakukan penelitian agar dapat menggunakan dimensi kepuasan konsumen yang lain serta memperluas cakupan penelitiannya baik dari segi produk maupun respondennya.