

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, *TrendModel* dan Promosi Busana Syar'i terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pada tabel t dengan taraf signifikansinya pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Busana Syar'i.
2. Berdasarkan pada tabel t dengan taraf signifikansinya pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan tidak signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Busana Syar'i.
3. Berdasarkan pada tabel t dengan taraf signifikansinya pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan antara *TrendModel* terhadap Kepuasan Konsumen pada Busana Syar'i.
4. Berdasarkan pada tabel t dengan taraf signifikansinya pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan antara Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Busana Syar'i.
5. Berdasarkan pada tabel F dengan taraf signifikansinya pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan

antara Kualitas Pelayanan, Harga, *Trend Model*, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada busana syar'i.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak produsen Busana Syar'i dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka untuk menarik dan meningkatkan jumlah pembelian konsumen dilihat dari variabel – variabel yang sudah diteliti harus lebih ditingkatkan dalam strategi pemasarannya agar lebih meningkatkan omset penjualan. Khususnya variabel Promosi yang kenyataanya belum memberi pengaruh terhadap kepuasan Konsumen sehingga akan mempengaruhi keinginan untuk membeli.
2. Bagi Pihak Akademik, hendaknya temuan ini menjadikan referensi dan sumber keilmuan bagi pihak akademik. Karena dalam dunia pemasaran semua variabel yang di angkat dalam penelitian ini menjadi penting untuk di praktikkan terkhusus untuk pengembangan dunia pemasaran syariah. Sehingga untuk mencetak sumber daya insan yang berkualitas di era globalisasi perlu dukungan dari pihak akademik.
3. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan serta

diharapkan dapat mencari variabel lain apa saja yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam membeli Busana Syar'i.