

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengujian dan analisis data sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kepuasan konsumen secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli ulang produk busana muslim Elzatta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kepuasan konsumen, semakin tinggi pula niat beli ulang produk busana muslim Elzatta.
2. Kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli ulang produk busana muslim Elzatta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi pula niat beli ulang produk busana muslim Elzatta.
3. Citra merek parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli ulang produk busana muslim Elzatta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi citra merek, semakin tinggi pula niat beli ulang produk busana muslim Elzatta.
4. Kepuasan konsumen, kualitas layanan, dan citra merek secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat beli ulang produk busana muslim Elzatta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut :

1. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner memiliki kelemahan yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya karena responden kurang memahami pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Hal tersebut bisa diantisipasi oleh peneliti dengan cara memberikan arahan kepada responden sebelum mengisi kuesioner agar responden memahami pernyataan yang ada pada kuesioner dan bisa menjawab pernyataan yang ada.
2. Penelitian ini hanya meneliti tiga variabel yang dapat mempengaruhi niat beli ulang yaitu kepuasan konsumen, kualitas layanan dan citra merek.
3. Penelitian ini hanya meneliti konsumen busana muslim Elzatta di Kota Surabaya.
4. Keterbatasan peneliti untuk mengumpulkan responden sampel kecil dan besar terhalang karena adanya Pandemi COVID-19 sehingga tidak dapat mengumpulkan kuesioner responden secara langsung sehingga menggunakan media *online*.

5.3 Saran

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Berdasarkan hasil penelitian tampak bahwa tanggapan responden pada variabel kepuasan menunjukkan bahwa perusahaan perlu meningkatkan

kualitas produk agar ekspektasi konsumen terhadap produk busana muslim Elzatta terpenuhi.

- b. Terkait dengan variabel kualitas layanan, perusahaan dapat meningkatkan kepedulian pegawai dalam memecahkan masalah masalah yang di hadapi pelanggan
- c. Terkait dengan variabel Citra Merek, perusahaan dapat meningkatkan serta mensosialisasikan keunggulan produk busana muslim Elzatta agar kesan konsumen terhadap produk busana muslim Elzatta semakin positif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya bisa menggunakan lokasi penelitian yang lebih luas lagi dari penelitian ini agar data yang diperoleh bisa mewakili masyarakat secara keseluruhan.
- b. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti harga, atau varabel penelitian lainnya yang dapat mempengaruhi niat beli konsumen busana muslim Elzatta.

Daftar Pustaka

- Al-qur'an Surat Al-A'raf ayat 26
- Al-qur'an Surat Al-Alaq ayat 3-5
- Al-qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267
- Al-qur'an Surat At-Tauba ayat 59
- Hadist riwayat muslim no 2128
- Ain, N. d. (2015). Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya Di Surabaya. *JESTT*, 8-28, Vol 2 No 07.
- Ari Cahyo Wicaksono, S. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1-9, Vol. 8, No. 1.
- Juwita, S. O. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 123-127, Vol 1 No 01.
- Mardikawati, W. d. (2013). "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3-12, Vol 4 No 03.
- Mar'ati, N. C. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3-12, Vol 4 No 03.
- Megarita, G. d. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Terhadap Perilaku Pembelian Produk Susu Merek Ultra Milk di Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9-28, Vol 5 No 07.
- Modding. (2016). Effect of Service Quality and Marketing Stimuli on Customer Satisfaction: The Mediating Role of Purchasing Decisions. *Journal Business and Management*, 76-81, Vol 4 No 04.
- Muh Diyanputra Pradana, S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudahan Terhadap Niat Beli. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 3-10, Vol 6 No 01.
- Nur Hayati, M. E. (2018). Pengaruh Disiplin, Prestasi Dan Pengalaman Terhadap Penempatan Kerja Pada Karyawan. *Jurnal Manajemen Branchmarck*, 4-8, Vol 4 No 03.
- Nurhayati, d. W. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4-9, Vol 8

- Palma. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko Online Di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 84-104, Vol 16 No 01.
- Ramadhan, S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Nike Running Di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*, 1-12, Vol 6 No 01.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiha. (2013). Perilaku Konsumen : *Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Schiffman, L. G. (2015). Consumer behavior. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 4-17, Vol 5 No 01.
- Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 3-20, Vol 10 No 01.
- Theodian E. Wior, M. W. (2017). The Role Of Financial Performance In Determining The Value Of Go Public Bumn Companies In Indonesian Stock Exchanges. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akutansi*, 1797-1801, Vol 5 No 02.
- Tjiptono. (2014). Pemasaran Jasa. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3-12, Vol 4 No 03.
- Wahyuni Satria Dewi, R. A. (2018). Analisis Kondisi Awal Perkuliahan Mahasiswa Pendidikan Fisika Dalam Rangka Mengembangkan Bahan Ajar Statistika Pendidikan Fisika Menggunakan Model Problem Solving. *Jurnal Eksakta Pendidikan*, 5-8. Vol 2 No 01.
- Wijaya. (2015). Pengaruh Service Quality Perception dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8-28, Vol 17 No 01.
- Yamit, Z. (2013). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5-20, Vol 13 No 02.