

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Setelah melakukan berbagai pengujian, tahap terakhir adalah menyimpulkan hasil penelitian dan pembahasan di atas menjadi beberapa poin sesuai dengan pertanyaan penelitian yang ada, diantaranya :

1. Pada analisis deskriptif responden, variabel tingkat kualitas produk, harga, *islamic marketing*, promosi dan kepuasan konsumen memiliki kategori yang tinggi.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kaum Adam.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kaum Adam.
4. positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kaum Adam.
5. Promosi tidak memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kaum Adam.
6. Promosi tidak memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Kaum Adam.
7. Promosi tidak memoderasi pengaruh *Islamic marketing* terhadap kepuasan konsumen Kaum Adam.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas produk, harga, dan *Islamic marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen toko Kaum Adam, sedangkan variabel promosi tidak memoderasi kualitas produk, harga dan *Islamic marketing* terhadap kepuasan konsumen toko Kaum Adam. Penelitian yang dilakukan pada toko Kaum Adam tentunya mempunyai implikasi pada toko Kaum Adam. Maka dari itu, implikasi dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

- a. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan *Islamic marketing* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko Kaum Adam.
 - b. Pada penelitian ini variabel promosi tidak memoderasi kualitas produk, harga, dan *Islamic marketing*.
2. Implikasi Praktis
- a. Berdasarkan pada penelitian diatas bahwa faktor kualitas produk, harga, dan *Islamic marketing* berperan penting terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, toko Kaum Adam perlu melakukam upaya-upaya untuk memaksimalkan kepuasan konsumen.
 - b. Berdasarkan teori yang dirumuskan peneliti, dapat diketahui bahwa promosi diduga mampu memoderasi kualitas produk, harga dan *Islamic marketing* terhadap kepuasan konsumen.

5.3 Rekomendasi

Adapun rekomendasi yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan Kaum Adam dan *muslimpreneur* lainnya semakin giat untuk berinovasi dan berkreaitivitas dalam menciptakan desain produk.
2. Untuk para akademisi yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama, agar dapat lebih mengembangkan model yang lebih baik lagi serta dalam menentukan variabel yang akan dijadikan variabel moderasi.
3. Bagi pemerintah termasuk *stakeholders* terkait seperti KNEKS dan pihak-pihak yang bergerak di sektor industri halal, diharapkan memberikan dukungan lebih dan semakin merespons iklan-iklan pada produk yang mengandung nilai syariah dengan cara memberikan dukungan yang positif.
4. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Variabel penelitian terbatas, yang mana hanya terdapat beberapa variabel saja seperti variabel tingkat kualitas produk, tingkat harga, tingkat *Islamic marketing*, dan tingkat promosi
 - b. Lingkup wilayah penelitian hanya di Provinsi Jawabarot saja.

