

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data pada Bab IV dengan membagikan 100 kuesioner kepada konsumen Rumah Timung Hafabi, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis dari Uji t yang berpengaruh secara parsial hanya satu variabel yaitu variabel *amānah* (X_2). Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung ($9,106 > 1,985$) dan nilai sig. ($0,000 < 0,05$). Dan tiga variabel lainnya tidak berpengaruh secara parsial yaitu variabel *ṣiddīq* (X_1), *faṭānah* (X_3), dan *tablīg* (X_4). Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung sebesar 1,167 (*ṣiddīq*), 1,872 (*faṭānah*), dan 0,605 (*tablīg*) di mana nilai masing-masing variabel lebih kecil dari nilai ttabel sebesar 1,985. Dan nilai sig. sebesar 0,246 (*ṣiddīq*), 0,064 (*faṭānah*), dan 0,547 (*tablīg*) di mana nilai masing-masing variabel lebih besar dari 0,05.
2. Berdasarkan hasil analisis dari Uji F maka dari semua variabel yang terdiri dari *ṣiddīq* (X_1), *amānah* (X_2), *faṭānah* (X_3), dan *tablīg* (X_4) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dilihat dari Fhitung ($43,315 > 2,468$) dan nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$) dan nilai R square sebesar 0,631 menunjukkan besarnya kontribusi untuk variabel *ṣiddīq* (X_1), *amānah* (X_2), *faṭānah* (X_3), dan *tablīg* (X_4) mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 63,1%

sementara sisanya ($100\% - 63,1\% = 36,9\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Sebagai penutup skripsi ini, penulis memberikan saran berdasarkan hasil analisis, yaitu:

1. Hasil analisis menyebutkan bahwa hanya variabel *amānah* yang memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, maka diharapkan kepada pengelola Rumah Timung Hafabi yang beralamat di Jl. Bumi Mas Raya agar lebih mengutamakan lagi sifat *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah*, dan *tablīg* yang menjadi *Key Success Factors* (KSF) dalam mengelola suatu bisnis, agar mendapat celupan nilai-nilai moral yang tinggi dan dapat meningkatkan/menjaga kepuasan konsumennya.
2. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Timung Hafabi di Banjarmasin.