

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan beberapa hasil pengolahan data dan analisis yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk pada konsumen dompet digital Go-Pay pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2019 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri termasuk dalam kategori cukup. Hasil ini sesuai dengan rata-rata (Mean) senilai 37,32 yang berada di antara skor 33,417 dan 38,583.
2. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa pada variabel kepuasan pelanggan pada konsumen dompet digital Go-Pay pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2019 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri termasuk dalam kategori cukup. Hasil ini sesuai dengan rata-rata (Mean) senilai 37,577 yang berada di antara skor 37,5835 dan 39,4165.
3. Hasil penghitungan koefisien regresi sederhana memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 5,708, koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar ,854. Hasil perhitungan Uji t dalam penelitian ini diketahui bahwa nilai thitung adalah sebesar 17,414. nilai t tersebut akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($n= 139, df=1$) yaitu 1.65. Dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga H_0 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan

bahwa H_a diterima yaitu terdapat hubungan positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan pada Konsumen dompet digital Go-Pay pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2019 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Nilai KD yang diperoleh adalah ,761 Sehingga dapat ditafsirkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh kontribusi sebesar 76,1% terhadap variabel kepuasan pelanggan.

B. Saran

Saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Bagi penyedia jasa atau perusahaan sangat penting untuk terus menjaga dan memperhatikan kepuasan konsumen guna menjaga agar konsumen tetap puas dan selalu menggunakan jasa. Kemudian, mempertimbangkan dengan hati-hati dalam penentuan harga karena variabel tersebut menyumbang pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan penelitian yan
3. g berguna untuk mendukung hasil penelitian. Sangat disarankan untuk menambah variabel-variabel yang memiliki potensi untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan agar semakin menambah variasi penelitian dalam bidang yang sama.