

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang diuraikan pada bab IV, penelitian dengan judul “Pengaruh *Islamic Service Quality* dan Citra Perusahaan Terhadap Intensitas Pembelian Pada Konsumen Di CV. Mubarak Food Cipta Delicia Kudus”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Islamic service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas pembelian di CV. Mubarak Food Cipta Delicia Kudus. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung 3,905 lebih besar dari t tabel 2,009 (t hitung $>$ t tabel) dan nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikansi). Artinya kualitas pelayanan berbasis islami yang meliputi kepatuhan pada syariat islam, jaminan, daya tanggap, wujud atau bentuk, empati dan kehandalan yang diterapkan oleh perusahaan akan memberikan pengaruh signifikan terhadap intensitas pembelian sehingga konsumen akan merasa puas dan akan kembali untuk melakukan pembelian ulang.
2. Citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas pembelian di CV. Mubarak Food Cipta Delicia Kudus. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung 2,482 lebih besar dari t tabel 2,009 (t hitung $>$ t tabel) dan nilai signifikansi 0,017 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikansi). Artinya nilai-nilai yang terkandung dalam citra perusahaan yang meliputi *store layout* (tata letak toko) , *store prestige* (reputasi toko), *service quality of store* (kualitas pelayanan toko), *products* (produk), *in-store promotion* (promosi produk di toko), dan *support service and equipment* (layanan pendukung dan peralatan) memberikan pengaruh signifikan terhadap intensitas pelayanan sehingga citra perusahaan yang dimiliki CV. Mubarak Food Cipta Delicia Kudus semakin maju dan berkembang serta meningkatkan jumlah konsumen.

3. *Islamic Service Quality* dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Intensitas Pembelian di CV. Mubarak Food Cipta Delicia Kudus. . Hal ini dapat dilihat dari nilai nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $15,947 > 2,80$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya nilai-nilai yang diterapkan oleh CV. Mubarak Food Cipta Delicia Kudus dalam kegiatan operasionalnya dimata para konsumen telah sesuai dengan syariat islam yang dianut dan telah mampu memenuhi ekspektasi/harapan/kepuasan konsumennya. Hal inilah yang menyebabkan CV. Mubarak Food Cipta Delicia Kudus mengalami perkembangan yang cukup pesat setiap tahun.

B. Saran

1. Saran untuk CV. Mubarak Food Cipta Delicia Kudus

- a. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang memiliki nilai-nilai islam serta menjalankan prinsip-prinsip islam dalam kegiatan operasionalnya.
- b. Pihak perusahaan diharapkan mampu menjaga dan meningkatkan lagi citra perusahaan yang menyangkut tentang intensitas pembelian karena berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa terjadi pengaruh signifikan antara citra perusahaan terhadap intensitas pembelian.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

- a. Menyebarkan kuesioner kepada responden hendaknya dilakukan langsung di tempat yang menjadi objek penelitian agar konsumen yang bersangkutan dapat memberikan penilaian yang lebih objektif.
- b. Dapat menambahkan variabel-variabel lain yang secara teoritis dipengaruhi oleh intensitas pembelian. Hal ini dapat berupa referensi kajian ilmu pengetahuan mengenai faktor-

faktor penyebab dan implikasinya untuk melakukan keputusan pembelian.

