

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan. Pelayanan menurut Islam memiliki 6 prinsip, yaitu Prinsip Tolong Menolong (Ta'awun), Prinsip Memberi Kemudahan (At-taysir), Prinsip Persamaan (Musawah), Prinsip Saling Mencintai (Muhabbah), Prinsip Lemah Lembut (Al layin), Prinsip Kekeluargaan (Ukhuwah).

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli. Apabila pelayanan tidak baik maka akan menyebabkan minat beli konsumen menurun. Begitupun sebaliknya apabila tingkat kualitas pelayanannya baik maka akan mampu memberikan dan meningkatkan minat beli konsumen serta mengundang calon konsumen yang baru lainnya.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang

berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1) Manajemen Toko Roti Wijen.

Pihak manajemen Toko Roti harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan seperti melayani pelanggan dengan ramah ataupun pelayanan yang cepat karena hal itu bisa menambah minat beli masyarakat terhadap produk yang dihasilkan.

2) Penelitian selanjutnya

Peneliti menyarankan menambah sampel dan mengganti variabel independen seperti lokasi, harga, kualitas produk, cita rasa dan lain sebagainya yang berkaitan dengan variabel manajemen pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Susanto. (2003). *Teori Belajar dan Pembelajaran di SD*. Prenada Media Group.
- Alwafi Ridho Subarkah. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Nhk 技研*, 151(2), 10–17.
- Cruz, A. P. S. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Roti Ganeca Terhadap Loyalitas Konsumen di Wirosari. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- D. TIALURRA DELLA NABILA. (2012). *Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Kualitas Produk Terhadap Efisiensi Biaya Produksi Pada Perum Perhutani Unit II Jawa Timur*. 13–93.
- Darmawan, D. (2019). Jurnal Chemical Information. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes. (2015). [https://www.google.co.id/books/edition/DASAR\\_METODOLOGI\\_PENELITIAN/QPhFDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=inauthor:%22Sandu+Siyoto%22&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_METODOLOGI_PENELITIAN/QPhFDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=inauthor:%22Sandu+Siyoto%22&printsec=frontcover)
- Durianto, Darmadi, D. (2003). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- fadilla, S.E.I., M. S. (2018). *Statistika SPSS*. NoerFikri, Palembang.
- Jambak, R. S. J. (2021). *Strategi komunikasi pemasaran roti kacang rajawali dalam menghadapi persaingan bisnis di kota tebing tinggi (studi deskriptif pada ud. arum manis)*.
- Kementrian Agama Republik Indonesia *A-Qur'an dan Terjemah*. (2008). Surabaya Hal 141.
- Mulyono, B. H. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan