

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Pada variabel etika bisnis Islam hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, secara umum etika bisnis Islam pada usaha ayam potong Mujur di desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal mempunyai pengaruh yang baik, dengan melihat beberapa aspek indikator seperti tauhid, keadilan, kebebasan, amanah, dan kejujuran. Variabel etika bisnis Islam mempengaruhi kepuasan konsumen pada usaha ayam potong Mujur. Hal ini ditunjukkan melalui nilai thitung variabel kualitas produk yaitu sebesar 5,310.
2. Dalam hasil penelitian pada variabel kepuasan konsumen ditemukan tanggapan para konsumen membeli ayam potong pada usaha ayam potong Mujur di desa Sikara-Kara 1 Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal, kepuasan konsumen bersifat dinamis, artinya bahwa ekspektasi konsumen terhadap suatu produk akan mengalami perubahan seiring dengan waktu. Ada begitu banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terlihat dari loyalitas konsumen saat mendapatkan kepuasan ketika melakukan pembelian, dan konsumen akan datang kembali saat barang atau produk yang di harapkannya terpenuhi dan pelayanan yang bagus. Dapat diartikan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan di tunjukkan dari hasil uji regresi diolah menggunakan komputer program SPSS 25 diperoleh suatu persamaan yaitu etika bisnis Islam dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Untuk uji-t diperoleh thitung 5,310. Hasil ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berdampak positif dan signifikan pada kepuasan konsumen, dengan nilai thitung  $<$  ttabel atau thitung  $>$  ttabel. Dengan kata lain 5,310 kurang dari 1,664 atau 5,310 lebih dari 1,664, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima. Dari hasil

tersebut menunjukkan bahwa dari hasil uji t etika bisnis Islam berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Etika bisnis Islam berpengaruh langsung secara parsial terhadap kepuasan konsumen, telah dibuktikan dengan sukses oleh penelitian ini sebesar  $0,223 \times 100\% = 22,3\%$  sedangkan sisanya  $77,7\%$  dijelaskan oleh variabel lain. Artinya bahwa masih ada variabel independen yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

## **B. Saran**

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel etika bisnis Islam mempengaruhi kepuasan konsumen pada usaha ayam potong Mujur. Oleh karena itu diharapkan pihak perusahaan untuk memperhatikan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh penjual.
2. Begitu juga dengan kepuasan konsumen sangat berpengaruh dengan etika bisnis Islam. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen di harapkan pihak usaha lebih memperhatikan etika bisnis Islam.
3. Etika bisnis Islam yang kurang diterapkan di usaha ayam potong Mujur menyebabkan konsumen mendapatkan kesan yang tidak sesuai dengan yang mereka harapkan. Oleh karenanya masalah ini perlu diselesaikan dengan lebih menerapkan etika bisnis Islam yang lebih baik.
4. Penelitian mendatang sebaiknya meneliti lebih lanjut mengenai jumlah konsumen dan pengaruhnya terhadap pendapatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A. (2012). *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ahmad, S. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Quantum Teaching.
- Al-Alwani, T. J. (2005). *Bisnis Islam*. Yogyakarta: AK Group.
- Ardhanari, M. (2008). Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand. *Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2).
- Arif, Y, S. (2012). Konsumen Rasional dalam Persepektif Islam. *Ekonomi Islam*, 1(1).
- Arijanto, A. (2012). *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arnould, P., & Zinkhan. (2002). *Consumers*. New York: McGrew-Hill.
- Badan Informasi Geospasial. (2019). Jumlah Pulau di Indonesia. In *Ilmagi Indonesia* (Vol. 19, Issue 2). <https://www.dpr.go.id/dokakd/dokumen/RJ1-20190425-125010-5297.pdf>
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Dany, H., & Fatin, Fadilah, H. (2015). *Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie akhirat*. 2. <http://e-journal.unair.ac.id/index.php/JESTT/article/download/674/458>.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*.
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2005). *Potensi Makanan Tradisional Sebagai daya tarik Wisata Kuliner di D.I. Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo Press.
- Istiqomah, Nurul, K., & Nurhidayati, M. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan... Konsumen Pada Rumah Laundry Di Desa Biting Badegan Ponorogo. *Al-INTIFAQ*, 2(1).
- Jasfar. (2012). *Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, P., & Lane, K. K. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Krisdayanti, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang. *Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Lupioyadi. (2010). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Unviversitas Terbuka.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5.
- Muhammad, karebet, W., & Yusanto, Muhammad, I. (2002). *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Muliyati, T., Nurmatias, F., & Azmi Khairul. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai. *Al-Hisbah*, 2(2).
- Muhammad, & Fauroni, L. (2002). *Visi Al-Quran Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyyah.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Ekonisia.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta Nova. Wawancara. Sikara-sikara I, 11 November 2023.
- Prihanto, H. (2018). *Etika Bisnis & Prfesi Sebuah Pencarian*. Depok: Rajawali Pers.
- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Romaisa. Wawancara. Natal, 8 November 2023.
- Saladin Djaslim. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta. In *Metode Penelitian*

- Kualitatif* (Vol. 28, Issue 17). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi. Wawancara. Panggautan, 5 November 2023.
- Sujatmiko. (2010). *Hak Perlindungan anak di Atas Kertas*. Jakarta: Andi Publisher.
- Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriatin, A. N. (2009). Analisis kepuasan konsumen berdasarkan variabel fasilitas, harga, dan citra perusahaan. *Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Variabel Fasilitas, Harga, Dan Citra Perusahaan (Studi Kasus Tmbookstore Depok)*.
- Susanti, Nawai, I., & Nurdiana, Melani, E. (2023). Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Ausath Mart 1 Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. *Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(1).
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1)
- Taslim, A. (2022). *Evaluasi Kesesuaian Kawasan Pesisir Teluk Palu Untuk Pengembangan Pariwisata Bahari*. 4, 2.
- Tjiptono, F. (2003). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (III)*. CV. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (2nd ed.). Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wati, A., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 184–200. <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.34>
- Yeni. Wawancara. Sikara-Sikara I, 25 Maret 2024