

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat apakah ada pengaruh etika bisnis islam berupa (keadilan, kejujuran dan ihsan atau murah hati) terhadap minat beli konsumen di pasar Astambul. Berdasarkan hasil penelitian yang di dapat dari sebaran kuesioner yang peneliti buat dan di uji dengan aplikasi SPSS dan dituangkan hasil tersebut di bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 70 orang responden yang selaku konsumen di pasar Astambul secara parsial dapat disimpulkan bahwa hasil dari pengujian hipotesis variabel keadilan (X_1) tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen dengan nilai t hitung $< t$ tabel ($0,161 < 1,996$) atau sig t ($0,872 > 0,05$), variabel kejujuran (X_2) tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen dengan nilai t hitung $< t$ tabel ($1,402 < 1,996$) atau sig t ($0,166 > 0,05$), variabel ihsan/murah hati (X_3) terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,578 > 1,996$) atau sig t ($0,012 < 0,05$).
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 70 orang responden yang selaku konsumen di pasar Astambul secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel etika bisnis islam (keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati) dengan F hitung $> F$ tabel ($5,248 > 2,74$) dan nilai

signifikansi $F 0,003 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan variabel independen yang terdiri dari keadilan (X_1), kejujuran (X_2), ihsan/murah hati (X_3) terhadap minat beli konsumen di pasar Astambul.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh etika bisnis islam terhadap minat beli konsumen, maka penulis memberikan saran:

1. Untuk pedagang pasar Astambul: Sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa keadilan, kejujuran dan ihsan/murah hati berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen di pasar Astambul. Maka, diharapkan kepada para pedagang untuk dapat mempertahankan prinsip-prinsip etika bisnis islam yang meliputi keadilan, kejujuran dan ihsan/murah hati dalam melakukan jual beli produk atau jasa agar konsumen akan selalu melakukan pembelian ulang di pasar Astambul.
2. Untuk peneliti selanjutnya: Untuk membantu sebagai bahan acuan dan sebagai bahan bacaan dalam rangka pengembangan penelitian selanjutnya mengenai etika bisnis islam dan minat beli konsumen. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti dari sudut pandang para pedagang apakah benar telah menerapkan etika bisnis islam atau tidak dan bisa menambahkan beberapa variabel lain dalam penelitian sejenis.