

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat membahas kesimpulan mengenai pengaruh etika bisnis Islam terhadap pelayanan pedagang ayam potong (studi pada Pasar Tradisional Bojonggede Bogor) sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 25, dapat disimpulkan bahwa variabel etika bisnis Islam (X) berpengaruh terhadap Pelayanan Pedagang (Y). Setelah pengujian yang dilakukan, dengan nilai t hitung sebesar 12,380 dan t tabel sebesar 2,00030 sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($12,380 > 2,00030$). Dan dengan hasil signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$). Dapat diputuskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya etika bisnis Islam berpengaruh terhadap keputusan pelayanan pedagang. Adapun dari hasil uji koefisien determinasi etika bisnis Islam memiliki pengaruh sebesar 72,5% terhadap pelayanan pedagang. Sedangkan sisanya 27,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan hubungan antara variabel etika bisnis Islam terhadap pelayanan

pedagang didapat dari hasil uji korelasi (R) sebesar 0,721 atau 72,1% artinya hubungan ini dinyatakan kuat.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Pedagang ayam potong sebaiknya lebih memperhatikan etika bisnis Islam. Karena umat Muslim sekarang ini bukan hanya sekedar menjadi umat agama Islam melainkan menjadi pembeli yang peka terhadap etika pelayanan pedagang, serta jika etika bisnis Islam dalam melayani pembeli sesuai dengan syara' maka Pasar Tradisional tidak akan kalah saing terhadap Pasar Modern.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian serupa diharapkan menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi etika bisnis Islam dalam pelayanan pedagang.