

ditetapkan oleh komunitas. Semakin banyak konsumen yang tertarik, maka semakin banyak pula kepercayaan yang akan didapatkan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh implementasi nilai-nilai bisnis Islami terhadap loyalitas konsumen, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara umum Komunitas Jogja Berdagang telah mencoba untuk mengimplementasikan nilai-nilai bisnis Islami dengan baik. Hal ini dapat dilihat dengan telah dilaksanakannya nilai-nilai bisnis islami yang meliputi: 1) tidak melakukan penipuan atau *tadlis*, 2) tidak melakukan manipulasi atau *taghrir*, 3) tidak melakukan *ba'i najasy*, 4) tidak terlibat riba, 5) tidak melakukan tindakan *ikhtikar*.
2. Berdasarkan uji parsial (uji t), diketahui bahwa terdapat 2 variabel yang tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di beberapa kedai Komunitas Jogja Berdagang yaitu variabel tidak melakukan penipuan atau *tadlis* dengan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yaitu  $0,062 < 1,6557$  dan variabel tidak melakukan *ba'i najasy* dengan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yaitu  $1,068 < 1,6557$ . Sedangkan pada variabel yang signifikan yaitu variabel tidak melakukan manipulasi atau *taghrir* dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu  $2,144 > 1,6557$ , variabel tidak terlibat riba dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu  $-0,004 > -1,6557$ , variabel tidak melakukan tindakan *ikhtikar* dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu  $5,894 >$

1,6557. Berdasarkan uji simultan (uji F), Implementasi Nilai-nilai Bisnis Islami secara simultan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen di beberapa kedai Komunitas Jogja Berdagang dengan nilai F hitung lebih kecil dari F tabel yaitu  $2,43 < 20,22$ .

## **B. SARAN**

Dari hasil penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yaitu

1. Bagi Komunitas Jogja Berdagang diharapkan agar senantiasa meningkatkan kerja sama dan tetap saling memotivasi untuk menjalankan nilai-nilai Islami dalam berbisnis. Melakukan evaluasi terhadap pelayanan konsumen, senantiasa terbuka dan saling berbagi pengalaman berbisnis Islami kepada sesama para pebisnis maupun para konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya lebih mendalami lagi hal apa yang paling berpengaruh dalam loyalitas konsumen di semua bidang bisnis yang ada di Komunitas Jogja Berdagang dan untuk menambah lebih banyak lagi variabel implementasi nilai-nilai bisnis Islami yang berhubungan dengan loyalitas konsumen sehingga dapat menambah wacana keislaman dan menjadi sumber informasi bagi masyarakat umumnya.