

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan dalam bab sebelumnya serta analisis yang mendalam terhadap data dan temuan yang diperoleh, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.  $T_{hitung} 5,389 > T_{tabel} 1,98580$  dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini memperlihatkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Pasar Sumber Cirebon. Semakin tinggi penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam oleh para pedagang, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Nilai  $T_{hitung} 6,108 > T_{tabel} 1,98580$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini memperlihatkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Pasar Sumber Cirebon. Konsumen cenderung melakukan pembelian ulang terhadap produk yang terbukti berkualitas, karena merasa puas dan percaya terhadap nilai guna dari produk tersebut.
3. Etika bisnis Islam dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. nilai signifikan pada uji F yaitu  $0,000 < 0,05$ . Selain itu  $F_{hitung}$  pada tabel di atas sebesar 106,738 yang mana  $>$  nilai  $F_{tabel}$  yaitu 3,09. Hasil ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dan kualitas produk memiliki peranan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen secara keseluruhan. Kedua aspek ini harus diperhatikan dan dijaga secara berkelanjutan oleh para pedagang di pasar tradisional untuk membangun kepercayaan, kepuasan, dan hubungan jangka panjang dengan konsumennya.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti membuat beberapa rekomendasi untuk berbagai pihak terkait, antara lain:

1. Bagi pelaku usaha di pasar Sumber Cirebon, diharapkan para pelaku usaha semakin meningkatkan pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam berdagang. Penerapan nilai-nilai ini terbukti memberikan pengaruh positif terhadap minat beli konsumen, sehingga dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha.
2. Bagi pengelola pasar, diharapkan dapat memberikan pelatihan atau sosialisasi mengenai etika bisnis Islam dan pentingnya menjaga kualitas produk kepada para pedagang. Program seperti ini dapat mendorong terbentuknya lingkungan bisnis yang sehat, adil, dan berorientasi pada kepuasan konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini hanya terbatas pada wilayah pasar Sumber Cirebon. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan lokasi penelitian atau menambah variabel lain seperti harga, pelayanan, atau promosi agar hasil penelitian lebih komprehensif dan relevan dengan kondisi pasar yang berbeda.