

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, hasil analisis data, serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penelitian yang berjudul Pengaruh Etika Bisnis Islam, Perilaku Karyawan, dan Variasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Anis Plered dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial, etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan etika bisnis Islam, maka tingkat loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat.
2. Secara parsial, perilaku karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik perilaku yang ditunjukkan oleh karyawan, maka tingkat loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat.
3. Secara parsial, varian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered. Hal ini menunjukkan bahwa semakin beragam pilihan produk yang ditawarkan, maka tingkat loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.
4. Secara simultan, variabel etika bisnis Islam, perilaku karyawan, dan varian produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Anis Plered. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut merupakan faktor penting yang berperan dalam membentuk dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Toko Anis Plered

Berdasarkan hasil penelitian, pihak toko Anis Plered disarankan

untuk terus mempertahankan dan meningkatkan terkait penerapan Etika Bisnis Islam seperti kejujuran dalam memberikan suatu informasi produk, ketepatan dalam bertransaksi kepada pelanggan agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga sehingga loyalitas akan semakin meningkat. Untuk pengelola toko disarankan untuk terus meningkatkan kualitas perilaku karyawan dengan memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Varian produk juga diharapkan dapat menambah produk yang dijual baik dari segi jenis maupun merek produk, sehingga pelanggan akan memiliki banyak pilihan dan tidak berpindah ke toko lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang belum dikaji, seperti harga, suasana toko, dan lokasi, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat memperluas objek kajian serta jumlah responden, atau menggunakan pendekatan metode yang berbeda, seperti kualitatif maupun *mixed methods*, agar mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON