



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan yang telah diuraikan tentang pengaruh *shariah compliance* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pasar mingguan Desa Sungai Raya Kecamatan Batang Tuaka Kabupaten Indragiri Hilir).

Kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil output penelitian uji t pada variabel *Shariah Compliance* (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 9.845 dengan nilai signifikansi 0,000, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti *Shariah Compliance* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Shariah Compliance* (kepatuhan syariah) maka semakin loyal pula pelanggannya.
2. berdasarkan hasil output penelitian Uji t pada variabel (X_2) Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar $4.586 > t$ tabel 2,002 dengan nilai signifikansi $0,000 < \alpha$ 0,05 yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasar Mingguan Desa Sungai Raya. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. *Shariah Compliance* dan Kepuasan Pelanggan mempengaruhi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Loyalitas Pelanggan di Pasar Mingguan Desa Sungai Raya Kecamatan Batang Tuaka Kabupaten Indragiri Hilir, dari kedua variabel independen tersebut yang paling dominan mempengaruhi adalah variabel X_1 Syariah Compliance. Hal ini ditunjukkan melalui nilai t hitung variabel *Shariah Compliance* sebesar 9,845 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai t hitung variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 4.586

3. berdasarkan hasil uji f (simultan) dapat diperoleh keputusan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini dapat dilihat dari nilai f hitung yaitu sebesar $56,673 > f$ hitung 3,16 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X_1) *Shariah Compliance* dan variabel (X_2) Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y) yaitu Loyalitas Pelanggan di Pasar Mingguan Desa Sungai Raya.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh *shariah compliance* (kepatuhan syariah) dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pasar Mingguan Desa Sungai Raya, Kecamatan Batang Tuaka, Kabupaten Indragiri Hilir, dapat ditarik kesimpulan penting dari sudut pandang ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *shariah compliance* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas



pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 9,845 dan signifikansi 0,000, sementara kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung 4,586 dan signifikansi 0,000. Bahkan, *shariah compliance* terbukti sebagai faktor yang paling dominan karena nilai t hitungnya lebih tinggi dibandingkan kepuasan pelanggan. Secara simultan, kedua variabel tersebut bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai F hitung $56,673 > F$ tabel 3,16 dengan signifikansi 0,000.

Dalam perspektif ekonomi Islam, temuan ini menegaskan bahwa kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah—seperti kejujuran dalam timbangan dan takaran, kejelasan status barang (halal), larangan riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi), serta keadilan dalam bertransaksi—merupakan fondasi utama dalam membangun loyalitas pelanggan di pasar tradisional. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. Al-Muthaffin (83:1-3) yang mengancam orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang, serta QS. Al-Baqarah (2:168) yang memerintahkan konsumsi barang yang halal lagi baik. Masyarakat Desa Sungai Raya yang mayoritas Muslim cenderung lebih loyal kepada pedagang yang menerapkan nilai-nilai syariah karena transaksi yang sesuai syariat memberikan rasa aman, berkah, dan kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan sekadar kepuasan material. Dengan demikian, penelitian ini mengajarkan bahwa dalam ekonomi Islam, loyalitas tidak hanya dibangun melalui kualitas produk

atau pelayanan semata, tetapi terutama melalui pemenuhan aspek spiritual dan etika transaksi yang diajarkan Islam. Pedagang di pasar mingguan yang ingin mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan perlu mengedepankan kepatuhan syariah sebagai strategi utama, karena dampaknya lebih kuat dan berkelanjutan dibandingkan sekadar memberikan kepuasan konvensional.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, dan keterbatasan yang ditemukan dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Shariah Compliance* dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasar Periodik (Mingguan) Desa Sungai Raya Kecamatan Batang Tuaka Kabupaten Indragiri Hilir”**, berikut disampaikan saran penelitian yang terbagi menjadi dua aspek, yaitu saran akademik (untuk pengembangan keilmuan) dan saran praktis (untuk penerapan di lapangan)

1. Saran Akademik

Penambahan Variabel Lain yang Belum Diteliti Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen, yaitu *shariah compliance* dan kepuasan pelanggan, yang mampu menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 66,5% ($R^2 = 0,665$). Masih terdapat 33,5% variasi loyalitas pelanggan yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang diduga





turut memengaruhi loyalitas pelanggan di pasar tradisional, seperti kualitas pelayanan, harga, promosi, kualitas produk, kepercayaan pelanggan, lokasi pasar, citra pedagang, serta hubungan emosional antara pedagang dan pelanggan. Pengujian variabel moderasi atau mediasi juga dapat dilakukan untuk memperkaya model penelitian.

2. Perluasan Objek dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini terbatas pada satu lokasi pasar mingguan di Desa Sungai Raya, Kecamatan Batang Tuaka, Kabupaten Indragiri Hilir, dengan jumlah responden sebanyak 60 orang. Generalisasi hasil masih terbatas. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian ke beberapa pasar mingguan atau pasar tradisional lainnya di wilayah Riau atau provinsi lain, serta menggunakan jumlah sampel yang lebih besar agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

3. Penggunaan Metode Penelitian Campuran (Mixe Method)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode campuran (*mixed method*), yaitu menggabungkan survei kuantitatif dengan wawancara mendalam atau *focus group discussion* (FGD) kepada pedagang dan pelanggan. Pendekatan kualitatif akan membantu menangkap secara lebih mendalam persepsi, motivasi, dan pengalaman pelanggan terkait kepatuhan



syariah dan kepuasan yang tidak sepenuhnya terungkap melalui angka-angka statistik.

4. Pengembangan Instrumen Penelitian

Indikator *shariah compliance* dalam penelitian ini sudah cukup baik, namun dapat dikembangkan lebih spesifik sesuai dengan konteks pasar tradisional, misalnya indikator tentang larangan *gharar* (ketidakpastian) dalam penetapan harga, larangan *ihtikar* (penimbunan barang), serta aspek *ukhuwah* (persaudaraan) dalam interaksi jual beli. Peneliti selanjutnya juga dapat menguji dimensi-dimensi *shariah compliance* secara terpisah (kejujuran, keadilan, transparansi, halal, dan tanggung jawab) untuk melihat dimensi mana yang paling dominan memengaruhi loyalitas pelanggan.

5. pengujian Model Komparatif

Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi komparatif antara pasar mingguan yang dikelola dengan pendampingan syariah (misalnya pasar binaan) dengan pasar mingguan konvensional, atau membandingkan loyalitas pelanggan antara pedagang yang telah menerapkan sertifikasi halal dengan yang belum. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang efektivitas *shariah compliance* dalam meningkatkan loyalitas.

2. Saran Praktis

a. Bagi Pedagang di Pasar Mingguan

Hak Cipta Dinikmati Undang-Undang

Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau penerbit.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.



Pedagang hendaknya terus meningkatkan penerapan prinsip-prinsip syariah secara konsisten, terutama dalam hal kejujuran (memberikan informasi produk secara benar, tidak melebih-lebihkan kualitas barang),

ketepatan takaran dan timbangan, serta transparansi harga (menjelaskan harga dengan jelas dan tidak melakukan pembulatan sepihak).

Pedagang juga perlu menjaga kebersihan produk yang dijual serta memastikan produk yang diperdagangkan halal dan layak dikonsumsi, karena indikator ini mendapat nilai tertinggi dari responden (rata-rata 3,98) dan menjadi faktor kunci loyalitas pelanggan.

Pedagang disarankan untuk lebih responsif terhadap kritik dan keluhan pelanggan, serta meningkatkan pelayanan yang ramah dan sopan. Meskipun indikator pelayanan sopan masih mendapat nilai rata-rata terendah (3,73), peningkatan pada aspek ini akan memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

b. Bagi Pengelola Pasar dan Pemerintah Desa

Pengelola pasar bersama pemerintah desa hendaknya memberikan pembinaan dan penyuluhan berkala kepada pedagang mengenai etika bisnis Islam, kepatuhan syariah, serta pentingnya pelayanan prima. Pembinaan ini dapat dilakukan melalui kerja sama dengan tokoh agama, penyuluh agama Islam, atau akademisi dari perguruan tinggi setempat.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Perlu dilakukan peningkatan fasilitas dan kenyamanan pasar, seperti kebersihan lingkungan, pencahayaan yang memadai, penataan lapak yang rapi, serta ketersediaan tempat sampah dan air bersih. Hal ini akan mendukung kenyamanan pelanggan yang terbukti memengaruhi kepuasan (nilai rata-rata 4,13).

Pemerintah desa dapat memfasilitasi pembentukan kelompok pedagang binaan syariah yang secara sukarela berkomitmen menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam perdagangan, sekaligus menjadi contoh bagi pedagang lainnya.

c. Bagi Pelanggan

Pelanggan diharapkan lebih aktif dalam memberikan masukan atau kritik kepada pedagang yang kurang jujur atau tidak transparan, serta mendukung pedagang yang telah menerapkan *shariah compliance* dengan tetap berbelanja dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Pelanggan juga perlu meningkatkan literasi syariah tentang hak-hak mereka dalam bertransaksi, sehingga dapat menilai dan memilih pedagang yang benar-benar menjalankan praktik jual beli sesuai syariat Islam.

d. Bagi Pemerintah Kabupaten dan Provinsi

Dinas Perdagangan dan Dinas Syariat Islam (jika ada) dapat mengembangkan program sertifikasi pedagang syariah untuk pasar tradisional, sebagai bentuk



pengakuan dan insentif bagi pedagang yang konsisten menerapkan kepatuhan syariah.

Perlu diadakan pelatihan manajemen usaha syariah bagi pedagang pasar mingguan, yang mencakup pencatatan keuangan syariah, etika promosi, serta penanganan keluhan pelanggan secara Islami.

Pemerintah daerah dapat memasukkan indikator kepatuhan syariah dalam evaluasi kinerja pasar tradisional, sebagai bagian dari upaya pengembangan ekonomi syariah berbasis masyarakat pedesaan.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal untuk mengamati perubahan loyalitas pelanggan pasca intervensi pembinaan syariah, menguji pengaruh digitalisasi pasar (QRIS, e-wallet, pemasaran online) terhadap loyalitas dalam perspektif syariah, serta melakukan studi etnografi untuk memahami praktik syariah compliance secara mendalam dari sudut pandang pedagang dan pelanggan.

Daftar Pustaka

Buku :

Adiwarman A. Karim, 2010. *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Rajawali Pers).



Aziz, A., Alifa, N. L., Faisal, A. A., Rohimatin, E. H., Rafsanjani, H. R., Dari, R. W., & Dawud, J. *Etika Bisnis Islam: Teori & Penerapan*. (Indramayu: Penerbit Adab.2024

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sofyan Sulaiman, dkk. , 2021. *Pedoman Karya Ilmiah Proposal Skripsi, Skripsi, Dan Laporan Magang*, (Tembilahan: Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Agama Islam.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Skripsi:

Hafrida, C. A. 2020. *Pengaruh Shariah Compliance Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Citra, L. 2021. *Pengaruh Relationship Marketing, Corporate Image Dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Di Bprs Suriyah Kantor Pusat Cilacap) (Doctoral Dissertation, IAIN Purwokerto.

Siahaan, F. S. 2023. *Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam*



Perspektif Islam (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry.

Jurnal:

Alam, M. S., et al. 2020. *Shariah Compliance and Business Ethics i Islamic Finance*. Journal of Islamic Economics.

Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, R. 2013. Islamic banks: Contrasting the drivers of customer satisfaction on image, trust, and loyalty. *International Journal of Bank Marketing*.

Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, 2020. Akramunnas Mahesa, (Bauran Pemasaran dan Sharia Compliance Terhadap Loyalitas Pelanggan), Vol 07, Nomor 01

Chanifah, N. (2021). Formulasi etika bisnis halal thayyib dalam perspektif maqashid syariah kontemporer jasser auda. *Arena Hukum*.

Intan Quratulaini. 2024. "Nilai Kejujuran dan Amanah dalam ekonomi dan bisnis islam", *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. Volume 5, Nomor 1.

Jamilatus Sa'adah, Firman Setiawan. 2025. (Efektivitas Syariah Compliance dan Islamic Branding Terhadap Consumer Loyalty Produk Safi) : Vol 02, Nomor 01.

Kristiano Dwi Estijayadono et al., 2025. "Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif



Miftahul Janna Ritonga, Khairunnas Jamal. 2025. "Etika Bisnis Dalam Al-Qur'ankajian Tafsir Atas Ayat-Ayat Tentang Keadilan Dan Kejujuran Dalam Perdagangan", *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Volume 10, Nomor 1.

Nasuka, Moh. "Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Dengan Layanan Inti." *Diktum* (2017): 191-205.1 Jamilatus Sa'adah, Firman Setiawan. (Efektivitas *Shariah Compliance* dan Islamic Branding Terhadap Consumer Loyalty Produk Safi) : Vol 02, Nomor 01.

Othman, A., & Owen. 2021. Adopting and measuring customer service quality in Islamic banks: A case study. *International Journal of Islamic Financial Services*

Putra, Dontes. 2024. "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sayur Di Pasar Tradisional Kabupaten Kerinci." *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*.

Rifqi Muthoharul Janan, Mulyana Abdillah, dkk. 2025. "Penerapan Prinsip Keadilan Dalam Perdagangan Modern: Perspektif Ekonomi Islam Untuk Etika Bisnis Berkelanjutan", *Jurnal Global Ilmiah*, Volume 2, Nomor



Rosyidah, E., & Rofiah, K. (2024). Etika bisnis Islam dalam praktik bisnis syariah. *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis*.

Susilawati, I., & Adi, P. H. 2022. Kepercayaan Memoderasi Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Pengobatan Herbal Di Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.

Susilawati, I., & Adi, P. H. 2022. Kepercayaan Memoderasi Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Pengobatan Herbal Di Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.

Samantha, Natasha, and Norma Rosyidah. 2024. "Analisis Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam Dikalangan Pedagang Muslim (Studi Pada Pasar Tradisional Porong Kabupaten Sidoarjo)." *Jurnal Cakrawala Akademika*.

Sari, D. P., et al. 2022. Challenges in Implementing *Shariah Compliance* in Traditional Markets. *Indonesian Journal of Islamic Economics*.

Sihaloho, R. G. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan mediasi nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 4(6). Sari, D. P., et al. 2022. Challenges in Implementing *Shariah*



Compliance in Traditional Markets. Indonesian Journal of Islamic Economics.

Siti Nurul Lathifah, Abdur Rahman. (2025). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ploso Kabupaten Jombang: *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam*, Vol 7 Nomor 2.

Website:

Binus University, "Uji Validitas dan Uji Reliabilitas". dikutip dari <https://qmc.binus.ac.id/2014/> pada hari jumat tanggal 15 mei 2026 jam 22:22 Wib.

RPJMD Desa Sungai Raya 2015-2020,