

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal sesuai dengan hipotesis sebagai berikut:

5.1.1 Dari hasil penelitian mengenai Etika Bisnis Islam di Perusahaan Air minum PT. BUYA BAROKAH Kudus, bahwa dalam menerapkan *etika bisnis Islami* di PT BUYA BAROKAH Kudus menunjukkan kategori “sangat baik”. Hal ini ditunjukkan dari hasil wawancara dan observasi (pengamatan), bahwa penerapan *etika bisnis Islami* didasarkan pada tiga pilar, yaitu murah hati, motivasi untuk berbakti dan ingat kepada Allah dan prioritas utamanya.

5.1.2 Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS

Hasil analisis regresi memperoleh persamaan yaitu:

$$Y = 13,166 + 0,486 X$$

Dimana :

X = Variabel Bebas Etika Bisnis Islami

Y = Variabel Terikat Kuantitas Penjualan Produk

1. Nilai konstan ( Y ) sebesar 13,166 , artinya jika variabel independen Etika Bisnis Islami konstan pada nol, maka variabel dependen (Y) konstan pada taraf 13,166.

2. Koefisien regresi X (Etika Bisnis Islami) dari perhitungan linier Sederhana didapat nilai coefficients  $(b) = 0,486$  ini mengindikasikan bahwa setiap ada satu peningkatan etika bisnis Islami (X) maka kuantitas penjualan produk (Y) juga akan meningkat sebesar 48,6% dengan anggapan konstan sebesar 13,166.

Etika Bisnis Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kuantitas penjualan produk pada PT. BUYA BAROKAH di Kudus Hal ini terbukti dari hasil uji t hitung sebesar 5,522 sedangkan nilai t table adalah 1,986 yang lebih kecil dibandingkan t hitung. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara variabel etika bisnis Islami (X) terhadap variabel kuantitas penjualan produk (Y), dengan demikian hipotesa 0 yang diajukan ditolak dan menerima H1. Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh Etika Bisnis Islami terhadap tingkat kuantitas penjualan produk.

Dalam penelitian ini variabel Etika Bisnis Islami memberikan sumbangan efektif 30,30% terhadap produktivitas karyawan dan sisanya 69,70% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Ini menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islami memberikan pengaruh dominan terhadap tingkat kuantitas penjualan produk.

## 5.2 Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan Perusahaan air minum PT. BUYA BAROKAH Kudus, sebagaiberikut:

1. Bagi PT. BUYA BAROKAH Kudus diharapkan lebih memperhatikan etikakaryawan, memberikan motivasi yang bertujuan untuk meningkatkan etika karyawan, dan sebagainya agar karyawan merasa lebih beretika dalam menjalankan setiap tugas-tugasnya.
2. Idealisme produk dan kinerja yang berdasarkan operasional Syari'at Islam harus terus dipertahankan dalam dunia bisnis yang modern ini, karena hal tersebut yang membedakannya dengan perusahaan air minum lain khususnya pada produk yang berlogo Kh-Q.
3. Bagipenelitian yang akan datang sebaiknya mengadakan dan mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain karena masih banyak faktor yang mempengaruhi Etika Bisnis Islami.