

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Prinsip-prinsip ekonomi Islam terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen ojek online di Kecamatan Selebar. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin optimal penerapan nilai-nilai ekonomi Islam, seperti keadilan, kejujuran, amanah, dan transparansi dalam memberikan pelayanan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen terhadap penggunaan layanan ojek online.
2. Etika bisnis Islam memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen ojek online di Kecamatan Selebar. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan perilaku yang mencerminkan nilai-nilai etika Islam, seperti keramahan, kesopanan, tanggung jawab, dan integritas dalam memberikan pelayanan, mampu meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga mendorong mereka untuk tetap setia menggunakan layanan ojek online yang sama.
3. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen ojek online di Kecamatan Selebar. Di antara seluruh variabel yang diteliti, kualitas pelayanan merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen. Pelayanan yang diberikan secara cepat, akurat, aman,

nyaman, serta mampu memenuhi harapan konsumen menjadi aspek utama yang mendorong konsumen untuk terus menggunakan layanan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

4. Secara simultan, prinsip-prinsip ekonomi Islam, etika bisnis Islam, dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen ojek online di Kecamatan Selebar. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 48,1% variasi loyalitas konsumen, sedangkan 51,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas konsumen tidak hanya ditentukan oleh kualitas aspek teknis pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh sejauh mana nilai-nilai Islam diterapkan dalam penyelenggaraan layanan jasa.

B. Implikasi

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting, baik secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Secara teoritis, Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan di bidang Ekonomi Islam, khususnya dalam kajian perilaku konsumen pada sektor jasa berbasis digital. Temuan penelitian menguatkan teori yang menyatakan bahwa loyalitas konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tetapi juga oleh

implementasi prinsip-prinsip ekonomi Islam serta etika bisnis Islam. Oleh karena itu, penelitian ini memperkaya khazanah literatur mengenai loyalitas konsumen dari perspektif Ekonomi Islam, terutama pada sektor transportasi berbasis aplikasi.

2. Secara praktis, Hasil penelitian mengindikasikan bahwa perusahaan penyedia layanan ojek online perlu melakukan peningkatan kualitas pelayanan secara berkesinambungan, terutama melalui perbaikan ketepatan waktu, aspek keamanan, kenyamanan, serta profesionalisme mitra pengemudi. Di samping itu, perusahaan juga perlu mengoptimalkan implementasi prinsip-prinsip ekonomi Islam dan etika bisnis Islam ke dalam standar operasional pelayanan guna membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan, mitra pengemudi, dan konsumen. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan loyalitas konsumen secara berkelanjutan sehingga memberikan manfaat dan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.
3. Penelitian ini memberikan implikasi sosial bahwa penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam, etika bisnis Islam, serta kualitas pelayanan yang optimal dapat memperkuat hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dan konsumen. Pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab berpotensi meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan

ojek online, sekaligus mendorong terbentuknya budaya pelayanan yang beretika dalam kehidupan sosial. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya konsumen dan mitra pengemudi, akan pentingnya mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas ekonomi. Penerapan nilai-nilai tersebut diharapkan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil, terpercaya, dan memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat. Lebih lanjut, temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dan para pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan layanan transportasi online yang berkualitas, beretika, dan selaras dengan prinsip-prinsip syariah.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan penyedia layanan ojek online, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan sebagai faktor yang paling dominan dalam membentuk loyalitas konsumen, antara lain melalui peningkatan ketepatan waktu penjemputan, keamanan perjalanan, kenyamanan kendaraan, serta sistem pengawasan terhadap kualitas pelayanan mitra pengemudi.

2. Bagi mitra pengemudi, disarankan agar selalu menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan etika bisnis Islam dalam memberikan pelayanan, seperti bersikap jujur, amanah, sopan, ramah, transparan dalam penetapan biaya, serta bertanggung jawab terhadap keselamatan dan kenyamanan konsumen
3. Bagi konsumen, diharapkan dapat memberikan penilaian dan umpan balik secara objektif terhadap kualitas pelayanan yang diterima sehingga perusahaan memiliki dasar dalam melakukan evaluasi dan perbaikan layanan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti, seperti kepuasan konsumen, kepercayaan, harga, promosi, kualitas aplikasi, persepsi risiko, maupun switching cost. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas wilayah penelitian, menggunakan jumlah responden yang lebih besar, atau menerapkan metode analisis yang lebih kompleks agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandy, Fachrudin Fiqri, “Perilaku Konsumen Muslim Di Indonesia Terhadap Ibadah Umroh: Antara ‘Ubudiyah Dan Gaya Hidup,” *Jurnal kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1 (2020), 80
- Alwi, Muhamad Yusuf, Ryna Parlyna, dan Nurdin Hidayat, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Ojek Online,” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 2 (2021), 292–308
- Andriani Tenri, Rosmah, Rahmawati Muin, “Keadilan Dalam Mekanisme Pasar Islam: Antara Prinsip Syariah Dan Praktik Ekonomi Modern,” *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 2 (2025), 105–14
- Aura Tafana, Bayu Andika, Fahira Rizka Olivia Mahyu, Feby Nurhalizah Siregar, “Etika bisnis islam,” *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1 (2024), 63–70
- Azkiya Fantasyiru Fadhila, Endang Wahyuningsih, Nelsya Cili Aira Rinaldi, Erni Sulistiyowati, Susi Tri Susanti, Syamilah, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jl A Yani, Kec Kartasura, et al., “Prinsip – Prinsip Ekonomi Islam dalam Perspetif IPTEKS,” *Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3 (2025), 81
- Bagus, Ida, Nyoman Udayana, dan Ambar Lukitaningsih, “Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan,” *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19 (2022), 226–33
- Dyana Karlina, Khairiah Elwardah, Evan Stiawan, “Implementasi Sistem Operasional Pelayanan Tour Leader Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Jamaah Umrah (Studi Pada Pt. Wafdullah Tamu Mulia,” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 11 (2026), 1187–88
- Eka Giovana Asti, Eka Avianti Ayuningtyas, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan

- Konsumen,” *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 02 (2023), 87
- Felisa Ayu Wulandari, Supardi Mursalin, Evan Stiawan, “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Bengkulu),” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10 (2025), 3987–88
- Firdaus, Muhammad Alfarizi, Fahmi Anggara Irawan, Muhammad Zhabi, Muhammad Raya Fahreza, Andre Yohanes, dan Alqo Iskandar, “Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Praktik Bisnis di Indonesia,” *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 3 (2025), 558–65
- Graha, Rama Dwi Rendra, Fiyoga Bayu Saputra, dan Dwi Wahyu Maulana Putra, “Pengaruh Perkembangan Ojek Online terhadap Peningkatan Ekonomi,” *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4 (2024), 617–30
- Hanifah, Siti, Mistia Sofiyana, dan Tias Nursyafa’ah, “Penerapan Prinsip Ekonomi Islam dalam Sistem Ekonomi Kontemporer,” *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 2 (2025), 2–5
- Hany Meridha Isnaeni, Evan Stiawan, Debby Arisandi, “Analisis Pengaruh Ulasan Produk , Persepsi Harga , dan Live Streaming Marketing terhadap Minat Beli Produk Halal di Tiktok Shop,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 12 (2026), 162
- Hasibuan, Reni Hermila, Muhammad Arif, Atika, “Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Dan Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus : Pengrajin Toto Jaya Bingkai Di Kecamatan Medan Area),” *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 3 (2023), 48–61
- Helda Nusrida, Muchlis Bahar, Duhriah, M Niko Andeska, “Transformasi Perilaku Konsumen Muslim Berbelanja Di Pasar Modern Dan Pasar Online (Studi Kasus Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang),” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 09 (2024), 369–87
- Herlina Yustati, Lucy Auditya, Yetti Afrida Indra, Yunida Een Fryanti, Evan Stiawan, “Religious Commodification To Increase Public Welfare Through Tourism Halal In

- Indonesia,” *Batusangkar International Conference II*, 2017, 210
- Ida Ayu Trisna Wijayanti, Ni Ketut Karwini, dan Laswitarni Ni Wayan Ana Rahita Handayani, Tettie Setiyarti, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen: Analisis Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, Dan Pengalaman Konsumen,” *Jurnal Majalah Ilmiah*, 25 (2025), 40–62
- Ika Rinawati, M. Yusuf Azwar Anas, Yuliyanti M. Manan, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Manajemen Pemasaran,” *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7 (2021), 130
- Indranata, Charisma Jalil, “Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi dalam Islam Pendahuluan,” *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 22 (2022), 60–80
- Irsad, Abdul Rosyid, Azizan Sentosah H, Fahad A. Sadat, “Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Menurut Abu Ubaid,” *Journal Syntax Idea*, 7 (2025), 104
- Kamil, Ahmad Faiz Ikram, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Epigram*, 22 (2025), 61–66
- Kurniati, “Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi,” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 6 (2016), 45–52
- Marida Yulia Ronasih, Hardani Widhiastuti, “Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen,” *Philanthropy Journal of Psychology*, 5 (2021), 112
- Maulida, Chairunnisa Nurul, dan Arina Dieni Kamila, “Pengaruh K-Pop Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Konsumen,” *Jurnal Kinesik*, 8 (2021), 137–45
- Mirna Rafki, Idris Parakkasi, Sirajuddin, “Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Repeat Order Konsumen,” *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3 (2022), 124
- Muhammad Haikal, Widarto Rachbini, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Pengguna Ojek Online,” *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek*, 8 (2025)
- Nada Dwi Putri, Dewiana Novitasari, Teguh Yuwono, Masduki

- Asbari, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Journal of Communication Education*, 15 (2021), 32–33
- Nikmatul Salwa, M. Said, “Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam,” *Jurnal Ekonomi Syariah e-ISSN:*, 8 (2025), 1–18
- Nurul Wahida Aprilya, Idris Parakkasi, Sudirman, “Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7 (2024), 151–69
- Octavia, Nadila Alya Ayunani; Yanuar Varadina; Ayu Nurafni, “Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan,” *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi Vol.*, 21 (2023), 290–99
- Prawira, Syurifto, “Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Upah Minimum Provinsi, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pengangguran Terbuka Di Indonesia,” *jurnal Ecogen*, 1 (2018), 162–68
- Qolbi, Ayada Ulufal, Husni Awali, Drajat Stiawan, Happy Sista Devy, U I N K H Abdurrahman, dan Wahid Pekalongan, “Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional Di Indonesia,” *Jurnal Sahmiyya*, 2 (2023), 19–30
- Rahayu, Sri, Mugi Harsono, “Loyalitas Konsumen : Konseptualisasi , Antecedent dan Konsekuensi,” *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6 (2023), 1582–83
- Renaldi, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Kegiatan Produksi Usaha Chips Coconut” (Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022)
- Resti Kartika Maharti, Arasy Fahrullah, “Penerapan Etika Bisnis Syariah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya,” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4 (2021), 209
- Riskun Iqbal, “Digital Marketing Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Jurnal Muhtadiin*, 8 (2022), 251–52
- Shella Angelica Valentine, “Analisis Manajemen Strategis Dan Manajemen Risiko Terhadap Bank Mandiri Syariah,” *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 2 (2024), 145–58
<https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i2.569>

- Stiawan, Evan, "Keunikan Jamaah Dalam Merespon Sebuah Konten Loyalitas Agen Travel Umrah Dimediasi Oleh Kualitas Relasional," *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis*, 2 (2020), 88–89
- Supriyatna, "Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Ojek Online Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Dharma Agung Indonesia)," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9 (2025), 31746–57
- Tivani, Febi, Amelia Putri, Halimah Zahrah, Mugni Nurul Ilmi, Wanda Aruniya, Fakultas Ekonomi, et al., "Persaingan Pengemudi Ojek Online dan Ojek Pangkalan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2 (2025), 4316–26
- Triani, Lisa, Desi Isnaini, dan Andi Cahyono, "Analisis Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Volume*, 7 (2026), 2499–2514
- Uli Arta Naibaho, Herawati Akbar, Baruna Hadibrata, "Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management)," *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3 (2022), 1080
- Yanwar, Bernadine Lorena, Effed Darta Hadi, dan Sularsih Anggarawati, "Perilaku masyarakat dalam menggunakan jasa ojek online di indonesia," *Jurnal Manajemen Vol.*, 16 (2021), 55–78
- Zaini, Ahmad Afan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen 'Warung Bek Mu 2' Banjaranyar Paciran Lamongan)," *Journal of Economics and Islamic Business*, 02 (2022), 47–54