

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan mengenai pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Islami terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan sebagai variabel mediasi pada Budiman Swalayan Kota Padang, berdasarkan temuan empiris yang melibatkan 112 responden, dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Kualitas layanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Fasilitas tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek fisik semata belum cukup untuk membangun keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.
4. Kualitas layanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Penerapan prinsip-prinsip Islami seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Budiman Swalayan Kota Padang.
5. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

6. Kepercayaan tidak memediasi pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh fasilitas terhadap loyalitas bersifat langsung, tanpa melalui pembentukan kepercayaan terlebih dahulu.
7. Kepercayaan juga tidak memediasi pengaruh kualitas layanan Islami terhadap loyalitas pelanggan. Meskipun kualitas layanan Islami mampu meningkatkan kepercayaan, kepercayaan tersebut belum mampu meneruskan pengaruhnya secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa loyalitas pelanggan Budiman Swalayan Kota Padang lebih dipengaruhi oleh faktor Kualitas Layanan Islami secara langsung, didukung oleh kenyamanan fasilitas fisik serta keyakinan moral (kepercayaan) pelanggan. Maka seluruh rumusan masalah dan hipotesis penelitian telah teruji dan terjawab secara empiris dan sistematis.

Implikasi Penelitian

Saran

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diupayakan secara optimal sesuai kaidah metodologi ilmiah, namun masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Ruang Lingkup Sampel: Jumlah responden terbatas pada 112 orang dan lokus penelitian hanya terpusat pada pelanggan Budiman Swalayan di Kota Padang, sehingga generalisasi temuan untuk skala industri ritel yang lebih luas masih terbatas.

2. Cakupan Variabel: Model penelitian ini baru menguji tiga variabel bebas/mediasi (Fasilitas, Kualitas Layanan Islami, dan Kepercayaan), sementara loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.
3. Instrumen Pengukuran: Pengumpulan data sepenuhnya berbasis kuesioner persepsional (*self-report survey*), yang berpotensi memunculkan bias subjektivitas dari responden saat mengisi pernyataan kuesioner.

C. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil temuan empiris, pembahasan, dan keterbatasan penelitian di atas, diajukan beberapa saran konstruktif sebagai berikut:

1. Saran Praktis (Bagi Manajemen Budiman Swalayan Kota Padang)
 - a) Mempertahankan dan Mengoptimalkan Kualitas Layanan Islami: Mengingat Kualitas Layanan Islami terbukti menjadi faktor penentu paling dominan dalam membentuk loyalitas sekaligus pendorong utama kepercayaan, manajemen perlu mempertahankan standar etika muamalah. Hal ini mencakup pelatihan berkala bagi pramuniaga dan kasir mengenai komunikasi ramah, kejujuran penimbangan, ketepatan pengembalian transaksi, kepatuhan busana menutup aurat, serta pemastian kehalalan dan kejelasan masa kedaluwarsa produk.
 - b) Peremajaan dan Pemeliharaan Fasilitas Fisik: Manajemen disarankan terus meningkatkan kenyamanan fisik toko (*servicescape*), seperti optimalisasi pendingin ruangan (AC), pelebaran gang antar-rak (*aisle*) agar memudahkan

mobilitas troli belanja, kebersihan toilet dan area parkir, serta penataan papan petunjuk kategori barang yang lebih informatif.

- c) Menjaga Integritas untuk Merawat Kepercayaan Pelanggan: Kepercayaan pelanggan terbukti berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Oleh karena itu, Budiman Swalayan perlu menjaga transparansi penetapan harga (sinkronisasi harga di label rak dengan mesin kasir) guna menghindari keraguan atau kekecewaan konsumen.

2. Saran Akademis (Bagi Peneliti Selanjutnya)

- a) Pengembangan Model Penelitian: Disarankan untuk menambahkan atau menguji variabel lain yang relevan seperti Citra Merek (*Brand Image*), Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*), Persepsi Harga, atau Kualitas Produk. Variabel Kepuasan Pelanggan berpotensi menjadi alternatif variabel mediasi yang kuat antara fasilitas dan loyalitas.
- b) Perluasan Objek dan Ukuran Sampel: Peneliti berikutnya dapat memperluas cakupan wilayah penelitian ke luar Kota Padang atau membandingkan (*comparative study*) beberapa jaringan ritel modern lokal dan nasional di Sumatera Barat, dengan memperbesar ukuran sampel agar tingkat representasi populasi semakin tinggi.
- c) Variasi Pendekatan Metodologi: Penggunaan pendekatan metode campuran (*mixed-methods*) atau kualitatif mendalam disarankan agar dapat menggali

motif emosional dan spiritual konsumen secara lebih komprehensif terkait alasan pelanggan memilih berbelanja di swalayan berbasis nilai Islami.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Khaeryna. *Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pdam Unit Camming Kab. Bone)*. N.D., 53-68.
- A Juliandi, S Manurung, and F Zulkarnain, *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri* (UMSU Press, n.d.), <https://books.google.co.id/books?id=0X-rBAAQBAJ>.
- Anneke Catlynne Gunawan, C. G., & Prisilia, E. (2025). *Indomaret Dan Alfamart: Dugaan Praktik Eksklusifitas Dalam Penyewaan Lokasi Yang Menyebabkan Kesusahan Bersaing Pada Usaha Kecil Di Wilayah Tertentu. Anthology Special Edition (2025): Rebuilding Justice Towards 2045*, 631, 632.
- A Purwanto, M Asbari, and T I Santoso, “*Analisis Data Penelitian Sosial Dan Manajemen: Perbandingan Hasil Antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, Dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Medium*,” *International Journal of Social and ...*, 2021, <https://www.ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/view/50>.
- Asmi, N., & Mardatillah. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Naem 555 Cucian. Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 7(2), 36–45.
- Atikah, Z., & Ukrita, I. (2022). *Sistem Pembagian Kerja Di Budiman Swalayan Bukittinggi. Jurnal Of Agribusiness*, 4(2), 1-13.
- Ajao, Rahim, and Ganiyu Corresponding, ‘*Is Customer Satisfaction an Indicator of Customer Loyalty ?*’, 2.07 (2012), 14–20
- Ajzen, I, ‘*The Theory of Planned Behavior*’, *Organizational Behavior and Human Decision* ..., 1991
<<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/074959789190020T>>
- Ambalika, Ayu Diah, ‘*Pengaruh Pengalaman Emosional Positif Pada E-WOM Terhadap Kepuasan Konsumen, Reputasi Merek, Dan Loyalitas Konsumen Kopi Janji Jiwa*’, 2020
- Asiva Noor Rachmayani, ‘*Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif*’, 2015, 59–75
- Ayu, Fadilah, ‘*The Influence of Servicescape , Brand Image, and Product Mix on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction at Fore Coffee in Makassar City*’, 2023
- Dedy Setiawan and Pradita Eko Prasetyo Utomo, “*Sistem Informasi, Fakultas Sains Dan Teknologi*,” *Universitas Jambi Naskah Diterima: 12 Juni 01* (2024): 80–80, <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp77-87>.

- Fithri, W., Hadi, R. T., & Mawaddah, A. A. (2023). *Islamic Philosophy And Minangkabau Customs: Practice In Sarugo Society*. El Harakah: Jurnal Budaya Islam, 25(2), 217.
<https://doi.org/10.18860/Eh.V25i2.23926>
- Joseph F. Hair Jr. William C. Black Barry J. Babin Rolph E. Anderson, *Multivariate Data Analysis*, 7th ed., 2018, <https://doi.org/10.4324/9781351269360>.
- Lestari, M. A. (2025). *Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Budiman Swalayan Kota Padang (Studi Kasus Mahasiswa Feb Universitas Dharma Andalas)*. (Tesis S1, Universitas Dharma Andalas).
- Lussy, F. A., & Yuli, N. G. (2021). *Strategi Penataan Ruang Penjualan Pada Swalayan Di Purwomartani Pada Masa Pandemi*. Sakapari, 317.
- Masyitah, Sitti. Rais, Zulkifli. (2024). *Pelatihan Analisis Structural Equation Modelling (Sem) Bagi Dosen Universitas Patompo*. 3(2), 0-3.
- Meldra, & Purba. (2018). *Dedicated Storage Dalam Penataan Barang Swalayan*. *Jurnal Logistik Dan Manajemen*, 5(2), 123-130.
- Nasution, S. (2017). *Variabel Penelitian*. *Raudhah: Program Studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (Pgra)*, 5(2), 1-X.
- Nina, Z. S., Rifa N. A., & Fatwa, T. (2019). *Pengujian Outer model Pada Konstrak Resiliensi*. 1(1), 1-8.
- Pasaribu, A., Sari, R., & Hutabarat, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Di Medan*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 45-55.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Dan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, Nomor 112 Tahun 2007. (2007). http://Hukum.Unsrat.Ac.Id/Pres/Perpres_112_2007.Pdf
- Purba Djuli, S. (2021). *Pelatihan Penggunaan Software Spss Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 18*. Karya Abdi, 5, 202–208.
- Rahmat, H. (2016). *Analisis Perencanaan Strategis Pada Perusahaan Ritel: Studi Kasus Budiman Swalayan*. (Skripsi D3, Universitas Andalas).
<http://Scholar.Unand.Ac.Id/Id/Eprint/19310>
- Rosalyn Gracya, “Analisis Penggunaan Aktual Sistem Informasi Manajemen Barang Milik Daerah Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model Di Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Yapen,” *Journal Of Social And EconomiKS Research* 5 (May 14, 2023): 78–90,
<https://doi.org/10.54783/Jser.V5i1.72>.

- Rosi, F., & Masyuri, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Mutawazin: Jurnal Ekonomi Syariah Iain Sultan Amai Gorontalo*, 4(2), 72–79.
- Soliha, E. (2008). Analisis Industri Ritel Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 15(2), 128–142.
- Sri, L. R., Vinca, R. L. (2020). Pengaruh Keterlibatan Karyawan, Loyalitas Kerja Dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan. 9(1), 17-34.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis (Cetakan Kelima)*. Alfa Beta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Pt. Alfabet.
- Sumandi Suryabrata. (1998). *Metedologi Penelitian*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Syahrani, N. (2025). Analisis Penerapan Prinsip -Prinsip Syariah Pada Budiman Swalayan Kota Padang. (S1 Thesis). Universitas Dharma Andalas.
- Tarigan, H. I., Manurung, Y. S., & Marpaung, W. (2019). Loyalitas Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Philanthrophy Journal Of Psychology*, 3(1), 35–42.
- Zamzami, M. J. (2022). Kualitas Pelayanan Islam: Panduan Dan Indikator Pelayanan Islami. (Etheses Iain Kediri). [Http://Etheses.Iainkediri.Ac.Id/8237/3/92500719005_Bab2.Pdf](http://Etheses.Iainkediri.Ac.Id/8237/3/92500719005_Bab2.Pdf)
- Fajar, Mutiara, ‘Pengaruh Service Quality Terhadap Word of Mouth Melalui Attitude Towards Customer Dan *Repurchase intention* Pada Hotel Bintang 3 Di Yogyakarta’, 2025
- Gajah, Alor, Shafezah Abdul Wahab, and Alor Gajah, ‘Adaptive of SERVQUAL Model in Measuring Customer Satisfaction towards Service Quality Provided by Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) in Malaysia’, 4.10 (2013), 189–98
- Hadi, Afif Al, Brand Loyalty, Marketing Communication, and Brand Loyalty, ‘Strategi Komunikasi Pemasaran Budiman Swalayan Dalam Meningkatkan Brand Loyalty Di Kota Bukittinggi’, 2024 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i2.8819>>
- Heruwasto, Ignatius, ‘Loyalitas Pelanggan Dan Hubungannya Dengan Kepuasan: Tipologi, Strategi, Pengukuran, Dan Penelitian Mendatang’, 41.1 (2013) <<https://doi.org/10.7454/jmui.v41i1.1077>>
- Hidayatul, ‘Memahami Perilaku Konsumen: Tinjauan Aspek Psikologis Dalam Keputusan Pembelian Dan Strategi Pemasaran’, 3.3 (2024), 71–82
- Ilmiah, Jurnal, Ekonomi Dan, and Devi Adinda Putri, ‘Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Liu’s Nelayan, Cemara Asri Medan’, 2.10 (2024), 190–97

- Iqbal, Mohammad, 'Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Layanan, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Layanan Aplikasi Gojek', 2021
- Irfan, Irfan, Saprinan Manulang, and Syafrida Hani, 'Metodologi Penelitian Bisnis Dan Konsep Aplikasi', 2024
- Kualitas, Pemoderasi, Nilai Pelanggan, Mokhtar Sayyid, Maulidza Nur Fauzi, Institut Teknologi, and Ahmad Dahlan, 'Kepercayaan Sebagai Pemoderasi Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Global JETT (J&T Express Jombang)', 2025, 45–53 <<https://doi.org/10.46821/ijms.v4i1.637>>
- Lubis, Adelina, Adha Mahyundari, Rey Septanislaus Togatorop, Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Medan, Program Studi, and others, 'Pengaruh Efisiensi Proses Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Swalayan Maju Bersama (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Medan)', 8.1 (2025), 17–24
- Manajemen, Jurnal, Yenny Novita, and Tarmizi Lidiana, 'Analisis Pengaruh Lingkungan Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Konsumen Abstrak', 1.2 (2024), 32–44
- Morgan, Robert M., and Shelby D. Hunt, 'The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing', *Journal of Economic Theory*, 27.2 (1982), 444–46
- Netemeyer, Richard, and Michelle Van Ryn, 'The Theory of Planned Behavior', 1991
- Nuri purwanto, Budiyo, Suhermin, *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace*, 2022
- Parvez, Mohammad Muzahid Akbar and Noorjahan, 'Impact of Service Quality, Trust, and Customer Loyalty', 29.1 (2009), 24–38
- Penelitian, Abstrak, and Daerah Istimewa Yogyakarta, 'Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta Di Modern Market', 4.2 (2025), 2845–59
- Pratiwi, Desyana, 'Efek Mediasi Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan , Citra Merek Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan', 3.2 (2022), 489–501
- Prihayati, Melalui Intervensi Komik terhadap Perilaku Pencegahan HIV/AIDS pada Remaja di Jakarta Timur, 2021
- Putri, Amelia, Siti Mariam, Ahmad Hidayat Sutawijaya, and Abdul Haeba Ramli, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan', 14.September (2025), 3225–43 <<https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1717>>
- Reza, Muhammad, 'Implementasi Perilaku Kerja Berbasis Nilai Budaya Kerja (NBK) Pada Kementerian Agama Republik Indonesia: Analisis Dengan Pendekatan

Modifikasi *Theory of Planned Behavior* (TPB)', 2020

- Rosi, F, and H Masyuri, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan', *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah ...*, 2023 <<https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/MUTAWAZIN/article/download/1337/1176>>
- Ruki, Ulli Aulia, 'Pengenalan Teori *Servicescape* Dan Penerapannya Dalam Desain Interior', 9, 2011, 1225–35
- Rusno, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Dan Motivasi Belanja Hedonik (Studi Pada Rumah Makan Di Malang Raya)', 2021
- Sahabuddin, Romansyah, Azlan Azhari, Tiara Putri Rahmadani, and Nur Fadilah, 'Peran Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Dalam Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi Pada Perusahaan E-Commerce Shopee Dengan Pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM)', 01.04 (2025), 378–91
- Sahedtyo, Endrianto, Nugroho Suhadak, and Agung Dwi Nugroho, 'Analisis Strategi Daya Saing Pasar Tradisional Dan Modern Berdasarkan Minat Pembelian Pengunjung', 3.6 (2025), 386–92
- Sani2, Isabella Br PA1 Abdullah, and Anjur Perkasa Alam3, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Konsep Ekonomi Islam Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Stabat', 2022
- Santosa, Teguh, and Yeniasari Rizkia Budi, 'Analisa Perkembangan UMKM Di Indonesia', 2019, 57–64
- Sekarsari, Dewi, Faza Amaliah, Az Zahra, Frista Rahma Ayuningtyas, and Arif Fadilla, 'Analisis Dinamika Inflasi Dan Implikasinya Terhadap Stabilitas Ekonomi Di Indonesia', 1.3 (2024), 1–9
- Setiawati, Liya, 'Pengaruh Islamic Service Quality Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Nasabah', 2019, 162–70
- Sherly, 'Trust Dan Engagement Untuk Meningkatkan Customer Experience Melalui The Trust Commitment Theory Dalam Konsumen Industri Chatbot Generasi Y Dan Z', 2025
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Research and Development (R&D)*, 2017
- , *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.*, 2013
- Suhaily, Lily, 'Effect of Product Quality, Perceived Price, and Brand Image on Purchase Decision (Study on Japanese Brand Electronic Product)', XXI.02 (2017), 179–94
- Syam, Aldo Redho, Syamsul Arifin, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Budi

- Utomo, and Street Number, 'Quality of Educational Services in Islam Perspective', 2019 <<https://doi.org/10.4108/eai.8-12-2018.2283982>>
- Tamamudin, Sulaiman Helmi, 'Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan', 5.1 (2025), 35–48
- Tjahyadi, R. A., 'Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek.', 6.1 (2006), 65–78
- Topa, G, and J A Moriano, '*Theory of Planned Behavior* and Smoking: Meta-Analysis and SEM Model', *Substance Abuse and Rehabilitation*, 2010 <<https://doi.org/10.2147/SAR.S15168>>
- Zuardi, Muhammad, 'Pengaruh Fasilitas Fisik Dan Fasilitas Non Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pasar JBBC Medan Johor', 16.2 (2016), 101–11