

**Pengaruh Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan  
Konsumen Di Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang Provinsi  
Kepulauan Riau**

**Pamela Kenia Kencana<sup>\*1</sup>, Aulia Rahman<sup>2</sup>**

*<sup>\*1, 2</sup>, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurahma Kepulauan Riau*

*<sup>\*1</sup>email: [pamelakeniakencana@gmail.com](mailto:pamelakeniakencana@gmail.com)*

*<sup>2</sup>email: [aulia@stainkepri.ac.id](mailto:aulia@stainkepri.ac.id)*

---

**Keywords:**

Application of  
Islamic  
Business Ethics  
Principles,  
Consumer  
Satisfaction.

---

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of the Application of Islamic Business Ethics Principles on Customer Satisfaction at Al-Baik Supermarket in Tanjungpinang City, Riau Islands Province. The population of this study were consumers who shopped at Al-Baik Supermarket for the last 2 months as many as 66,000 with the number of samples studied 100 respondents. Collecting data for this study using a questionnaire method. The analysis technique using SPSS Version 25 includes instrument analysis in the form of validity and reliability analysis. The results of the validity analysis showed that all 26 statement items were proven valid, while the results of the reliability analysis showed that the Cronbach's Alpha value > 0.6 was declared reliable. Data analysis includes classical assumption tests and simple regression tests. The results of the classical assumption test showed that the normality test was normally distributed and the heteroscedasticity test did not detect heteroscedasticity. The simple regression test research results show that the coefficient of determination (R Square) is 0.415 or 41.5%. The t test shows that the t count is 8.342 and t table is 1.984 with a significance value of 0.000 < 0.05. The F test shows that the value of F count = 69.583 with a significance value of 0.000 < 0.05, it can be concluded that there is an influence of the variable application of Islamic business ethics principles on the variable customer satisfaction.

---

**Kata Kunci:**

*Penerapan Etika  
Bisnis Islam,  
Kepuasan  
Konsumen*

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan konsumen Di Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Swalayan Al-Baik selama 2 bulan terakhir sebanyak 66.000 dengan jumlah sampel yang diteliti 100 responden. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis menggunakan SPSS Versi 25 meliputi analisis instrumen berupa analisis validitas dan reliabilitas. Hasil analisis validitas

---

menunjukkan semua butir pernyataan berjumlah 26 pernyataan terbukti valid, sedang hasil analisis reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka dinyatakan reliable. Analisis data meliputi uji asumsi klasik dan uji regresi sederhana. Hasil penelitian uji asumsi klasik menunjukkan bahwa uji normalitas terdistribusi normal dan uji heteroskedastisitas tidak terdeteksi heteroskedastisitas. Hasil penelitian uji regresi sederhana menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R Square) 0,415 atau 41,5%. Pada uji t menunjukkan bahwa hasil  $t_{hitung}$  8,342 dan  $t_{tabel}$  1,984 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Pada uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} = 69,583$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan adanya pengaruh variabel penerapan prinsip etika bisnis Islam terhadap variabel kepuasan konsumen.

---

## PENDAHULUAN

Dalam perekonomian saat ini, bisnis memegang peranan yang sangat penting dalam perubahan ekonomi. Pembangunan serta perkembangan industri selalu diawali dengan perkembangan bisnis. Bisnis selalu memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat. Bisnis merupakan tulang punggung perekonomian suatu negara. Segala bentuk usaha (perdagangan) berlangsung secara rutin di setiap aktivitas dan usaha kita sehari-hari. Perdagangan selalu memegang peranan penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang zaman. Maka hal ini juga akan berlaku kepada zaman kita saat ini, oleh sebab itu sudah tidak diherankan lagi jika pada saat ini banyak orang yang terlibat pada kegiatan berbisnis (Putri, 2021). Kejadian perkembangan bisnis pada saat ini telah melaju sangat cepat. Pelaku usahabisnis sangat diharuskan memiliki kepekaan kepada setiap perubahan yang akan terjadi sehingga menempatkan orientasinya kepada kepuasan konsumen (Nandang, 2022). Kepentingan bisnis Islam (syariah) selama berapa tahun terakhir sedang menjadi viral dalam masyarakat. Kemajuan bisnis yang berbasis syariah dapat dilihat dari munculnya lembaga keuangan syariah. Dalam perkembangan keuangan syariah dan ekonomi terkhususnya sektor industri halal yang mengalami perkembangan pada beberapa tahun terakhir. Dapat dipahami bisnis Islam (syariah) merupakan serangkaian kegiatan bisnis dalam berbagai aspeknya yang tidak dapat dibatasi oleh jumlah (kuantitas) dan kepemilikan harta (jasa atau barang) termasuk keuntungannya, namun dapat dibatasi dengan cara memperoleh dan penggunaan keuntungannya dengan adanya aturan yang

halal dan haram (Muhammad, 2002).

Bisnis yang berbasis syariah merupakan aktivitas bisnis yang dilaksanakan seseorang berdasarkan syariat agama Islam, dimana cara perolehannya dengan menggunakan harta yang mereka dapatkan sesuai dengan aturan agama Islam yaitu halal dan haram (Choirul, 2016). Agama Islam merupakan agama yang sangat sempurna, agama Islam telah mengatur segala keperluan dunia dan akhirat, termasuk dalam aktivitas berbisnis atau jual beli. Islam memberi petunjuk sebagai etika atau pedoman dalam melakukan kegiatan berbisnis sehingga bisnis tersebut dapat mencapai kesuksesan dunia dan akhirat. Dalam ilmu ekonomi Islam terdapat lima prinsip (aksioma) yang mesti diterapkan dalam bisnis syari'ah atau dapat disebut dengan istilah etika bisnis Islam, ialah: tauhid (*unity/kesatuan*), keseimbangan atau keadilan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*), dan juga kebenaran. Oleh sebab itu sangatlah penting untuk pelaku bisnis agar dapat mengetahui prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan dapat mengimplementasikannya dalam aktivitas usaha yang dijalankan agar dapat memperoleh kemajuan bisnisnya (Latiur, 2009).

Etika bisnis memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen. Etika bisnis juga memberikan dorongan terhadap konsumen agar dapat menjalin hubungan yang kuat kepada pelaku bisnis. Dalam jangka waktu yang panjang, ikatan tersebut memungkinkan pelaku usaha dapat memahami kebutuhan dan harapan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha bisa mengurangi pengalaman dari konsumen yang kurang menyenangkan. Dalam memilih suatu produk atau jasa konsumen tidak hanya bergantung pada kualitas pelayanannya saja, tetapi juga bergantung pada nilai yang dirasakannya, pelaku usaha harus memberikan nilai yang membuat konsumen mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan bayarannya dan juga harapan konsumen atau bisa lebih dari yang mereka harapkan, sehingga konsumen tidak berpaling dan bisnis yang dilakukan dapat terus berjalan dengan tujuan yang diinginkan (Rusida, 2020).

Dalam Islam penerapan etika bisnis sangat penting, karena dalam berbisnis khususnya perdagangan membutuhkan pelaku bisnis yang dapat menghindari dari perbuatan yang bathil, berperilaku jujur, adil dan amanah. Sehingga prinsip-prinsip dalam berbisnis dapat dijadikan pedoman untuk para pelaku bisnis, yang tentunya

mereka dapat memberikan yang terbaik untuk memuaskan para konsumen mereka. Seseorang yang menggunakan produk atau jasa yang dipasarkan disebut konsumen. Sedangkan kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh konsumen. Jadi, kepuasan konsumen adalah sejauh mana harapan konsumen dapat terpenuhi atau bahkan lebih oleh sebuah produk atau jasa. Suatu bisnis bertujuan untuk menciptakan rasa puas terhadap konsumen. Kualitas jasa yang konsisten dan terbaik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan juga menghasilkan beragam manfaat. Beberapa faktor penentu kepuasan konsumen yaitu kesan konsumen terhadap etika bisnis yang di fokuskan kepada etika bisnis berupa kesatuan, keseimbangan, tanggung jawab, kebenaran, kejujuran serta kebajikan atau murah hati. Dalam kehidupan satu hal yang tidak bisa dipisahkan adalah etika seseorang dan etika bisnis. Suatu bisnis sangat memerlukan etika dalam pelaksanaannya. Akan tetapi, sering juga terdapat pelanggaran etika bisnis yang dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, hanya untuk tujuan pribadi.

Kurangnya berhati-hati dalam berbisnis di era sekarang dapat membuat umat Islam merasakan dilema, sebab masih bertanya-tanya apakah sesuai dengan tuntunan syariat atau tidak. Sedangkan tak sedikit umat Islam yang ikut serta dalam berbisnis. Fenomena yang sering terjadi, tidak sedikit bisnis yang menepikan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islami. Hanya berfokus pada keuntungan yang bisa dihasilkan dalam waktu yang singkat. Kenyataannya bisnis akan berjalan lancar dan tidak ada hambatan apabila tidak ada pihak yang merasa dirugikan, juga menerapkan sifat Rasulullah Saw yaitu, shiddiq (jujur), amanah (dapat dipercaya), tabligh (transparansi) dan fathanah (Cerdas) (Parmujianto, 2020).

Swalayan Al-Baik merupakan sebuah perusahaan ritel yang didirikan oleh Bapak H. Muhammad Zul Kamirullah pada tahun 2016, beralamat di Jalan Raja Ali Haji Fisabilillah No. 29 KM 8 atas, Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau. Swalayan Al-Baik adalah swalayan dengan konsep bisnis Islami, dengan mengedepankan hukum Islam disetiap aspeknya. Berdasarkan hasil pra penelitian penulis mendapatkan informasi dari salah satu koordinator karyawan bahwa Swalayan Al-Baik merupakan salah satu swalayan yang sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam

pelaksanaannya. Swalayan Al-Baik juga ikut serta melakukan boikot terhadap produk yang memberikan dukungan kepada Israel yang sudah menyerang habis-habisan Palestina.

Swalayan Al-Baik memiliki 1 cabang di dalam Bandara Internasional Raja Haji Fisabilillah. Jumlah karyawan di Swalayan Al-Baik sebanyak 45 orang, 26 karyawan perempuan dan 19 karyawan laki-laki, swalayan Al-Baik buka pukul 07.00 WIB dan tutup pukul 22.30 WIB. Para karyawan dijadwalkan masuk pukul 06.30 WIB untuk bersiap-siap membuka ruko, serta pulang pukul 23.00 WIB sekaligus membersihkan seluruh ruangan ruko swalayan Al-baik sebelum pulang. Seluruh karyawan ini diberikan pakaian seragam khusus oleh Swalayan Al-Baik sehingga karyawan dapat menggunakan pakaian yang menutup aurat dan sopan serta ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Pada hari jumat Swalayan Al-Baik akan tutup sementara pukul 12.00 sampai pukul 01.00 siang untuk memberikan kesempatan pada karyawan laki-laki agar dapat melaksanakan sholat jumat dan istirahat untuk karyawan perempuan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan di swalayan Al-Baik. Swalayan Al-Baik ini merupakan supermarket modern yang menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islami. Swalayan Al-Baik selektif dalam mensupply barang dari supplier. Hal ini dilakukan agar hanya barang yang halal dan thoyyib saja yang berupa makanan, minuman dan sembako yang dipasarkan oleh Swalayan Al-Baik. Barang-barang haram seperti minuman keras dan semacamnya selalu ditolak oleh Swalayan Al-Baik untuk ditawarkan kepada konsumen. Hal ini dikarenakan Swalayan Al-Baik selalu menerapkan prinsip-prinsipnya dalam berjualan yang Islami dan sesuai dengan syariat Islam, dimana manusia hanya diperbolehkan memakan makanan yang halal dan baik yang ada di muka bumi ini. Adapun tujuan dari swalayan Al-Baik ialah menjadikan Al-Baik sebagai pioner untuk peningkatan ekonomi Islam yang lebih Islami diseluruh masyarakat Tanjungpinang, serta menciptakan Brand Image Swalayan Al-Baik sebagai *trendsetter* seupermarket muslim di Tanjungpinang. Melalui tujuan tersebut mencerminkan bahwasanya swalayan Al-Baik mempunyai tekad kuat untuk menjadi perusahaan ritel terbaik sesuai dengan syariat Islam. Berdasarkan fenomena ini, maka penulis tertarik untuk meneliti penerapan prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh

Swalayan Al-Baik dan seberapa besar pengaruh penerapan prinsip etika bisnis Islam terhadap kepuasan kosumen yang berbelanja di Swalayan Al-Baik.

### TINJAUAN PUSTAKA

Skripsi yang disusun oleh Devi Nurmalasari dari Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Tahun 2023 berjudul “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba Mariza Di Madiun” (Devi, 2023). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, instrumen pengumpulan data dilakukan dengan pengisian angket. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial etika bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, secara parsial inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan etika bisnis Islam dan inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas tentang pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen, sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah, penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu etika bisnis Islam dan inovasi produk sedangkan pada penelitian penulis hanya menggunakan satu variabel independen yaitu penerapan etika bisnis Islam.

Skripsi yang disusun oleh Dalilla Nova dari Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2023 berjudul “Analisis Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Toko Sate Kerang Khadeejah Banda Aceh)” (Dalilla, 2023). Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu, kejujuran, keadilan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, model analisis menggunakan regresi linear berganda, hasil yang diperoleh secara simultan dan parsial kejujuran, keadilan, kehendak bebas, dan tanggung jawab berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif, menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan pada Toko Sate Kerang Khadeejah Banda Aceh. Sedangkan penelitian penulis dilakukan di swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau.

Skripsi yang disusun oleh Dea Sasmita dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2020 berjudul “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Camera Station di Bandar Lampung)” (Dea, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada usaha camera station. Metode pengumpulan data dengan cara kuesioner, wawancara, dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, variabel etika bisnis Islam (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas tentang pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada lokasi penelitian dan subjek penelitian.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, alat analisis yang digunakan yaitu SPSS. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang yang diambil dengan menggunakan rumus slovin, adapun tentang pengambilan sampel Dari populasi yang terdapat pada data di Swalayan Al-Baik yang penulis dapatkan selama dua bulan terakhir yaitu 66.000 responden dengan margin eror 10%, maka sampel yang bisa dihitung adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + e^2} \\n &= \frac{66000}{1 + 66000 \times (10\%)^2} \\n &= \frac{66000}{1 + 66000 \times (0,1)^2} \\n &= \frac{66000}{1 + 66000 \times (0,01)} \\n &= \frac{66000}{1 + 660} \\n &= \frac{66000}{661} \\n &= 99,848 \\n &= 100\end{aligned}$$

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Uji Regresi Sederhana**

Analisis Regresi Linier Sederhana dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penerapan prinsip etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Al-Baik kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau. Dalam hasil pengujian Regresi Linier Sederhana instrumen pernyataan penelitian menggunakan SPSS version 25 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.730	2.028		2.825	.006
	Prinsip Etika Bisnis Islam	.185	.022	.644	8.342	.000

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Sumber: Hasil penelitian olah data spss 25 (2024)

Berdasarkan tabel diatas persamaan regresi linier sederhana dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,730 + 0,185X$$

Maka persamaan regresi linier sederhana dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 5,730, yang artinya bahwa nilai konsisten variabelKepusan Konsumen adalah sebesar 5,730.
- 2) Koefisien regresi sebesar X sebesar 0,185 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam, maka nilai Kepuasan Konsumen bertambah sebesar 0,185. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

## 2. Uji Diterminasi

Analisis uji determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang mendekati satu artinya variabel independen memberikan

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel independen dalam penelitian ini adalah Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam dan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen.

**Tabel. Hasil Uji Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644 <sup>a</sup>	.415	.409	1.714
a. Predictors: (Constant), Prinsip Etika Bisnis Islam				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber: Hasil penelitian olah data spss 25 (2024)

Berdasarkan tabel dari output tersebut diperoleh nilai R Square sebesar 0,415 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas (Prinsip Etika Bisnis Islam) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen) adalah sebesar 41,5% sedangkan sisanya sebesar 58,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk ke dalam analisis regresi ini.

### 3. Uji t

Analisis uji t dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel penerapan prinsip etika bisnis Islam (X) sendiri (parsial) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Hipotesis:

- 1)  $H_0$ : Penerapan prinsip etika bisnis Islam tidak berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen di swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau.
- 2)  $H_a$ : Penerapan prinsip etika bisnis Islam berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau.

Dari tabel 4.10 dapat diketahui nilai thitung adalah 8.342 dan ttabel 1,984 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang artinya ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Untuk mendapatkan nilai ttabel menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ttabel = ( \alpha / 2 ) : ( n - k - 1 )$$

$$ttabel = ( 0,05 / 2 ) : ( 100 - 1 )$$

$$- ttabel = 0,025 : 98$$

$$ttabel = 1,984$$

### KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian dengan penyebaran kuesioner melalui angket dan google form kepada responden terpilih kemudian diperoleh data kuantitatif atau data yang berupa angka dengan sampel sebanyak 100 responden dari konsumen yang belanja di Swalayan Al-Baik diperoleh dengan menggunakan rumus slovin diolah dengan aplikasi *SPSS Version 25* maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada variabel penerapan prinsip etika bisnis Islam (X), nilai minimum adalah 64 sedangkan nilai maksimum adalah 105, nilai rata-rata (*mean*) adalah 91.07 dan simpangan baku (*Std Deviation*) adalah sebesar 7.761. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata penerapan prinsip etika bisnis Islam lebih besar dari nilai standar deviasi, sehingga mengindikasikan hasil yang cukup baik dan tingkat penerapan prinsip etika bisnis Islam di swalayan Al-Baik sudah cukup baik.
2. Pada variabel kepuasan konsumen (Y), nilai minimum adalah 14 sedangkan nilai maksimum adalah 25, nilai rata-rata (*mean*) adalah 22.59 dan simpangan baku (*Std Deviation*) adalah sebesar 2.230. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata kepuasan konsumen lebih besar dari nilai standar deviasi, sehingga mengindikasikan hasil yang cukup baik dan tingkat kepuasan konsumen di swalayan Al-Baik sudah cukup baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, and others, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. by Nanda Saputra (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022)
- Amruddin, Roni Priyanda, Tri Siwi Agustina, and Nyoman Sri Ariantini, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Fatma Sukmawati (Jawa Tengah: Pradina Pustaka Grup, 2022)
- Arif, Abdul, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2021)
- Astuti, An Ras Try, *Etika Bisnis Islam*, ed. by Nasir Hamzah, 1st edn (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022)
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam (Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha)*, 1st edn (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Badroen, Faisal, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006)
- Darmawati, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al Quran Dan Sunnah', *Jurnal Ekonomi Islam*, 11.1 (2017)
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 1st edn (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012)
- Huda, Choirul, 'Model Pengelolaan Bisnis Syariah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang', *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 24.1 (2016)
- Ihwanudin, Nandang, Ria Aulia Silvianty, Mohamad Rizky Marwan, Tri Wachyuni Rahayu, Risyad Muhammad Ikmal, Tri Puji Lestari, and others, *Etika Bisnis Dalam Islam*, ed. by Nandang Ihwanudin, 1st edn (Bandung: Grup CV. Widina Media Utama, 2022)
- Indrasari, Meithiana, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, 1st edn (Surabaya: Unitomo Press, 2019)
- Intania, R.A Dinda, 'Air Minum Tirta Mayang Kota Jambi Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi Tahun 2021' (Universitas Batanghari Jambi, 2021)
- Maharani, Putri, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi Di Pasar Ternak Batusangkar' (Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2021)
- Masykuroh, Nihayatul, *Etika Bisnis Islam*, ed. by Mujang Kurnia, *PT. Nasya Expanding Management.*, 1st edn (Banten: Media Karya, 2020)
- Maulidya, Risma Nur, Ahmad Mulyadi Kosim, and Abrista Devi, 'Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor', *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11.2 (2019), 226
- Nitisusastro, Mulyadi, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Nova, Dalilla, 'Analisis Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan

- Konsumen (Studi Toko Sate Kerang Khadeejah Banda Aceh)' (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2023)
- Nurmadiansyah, Muhammad Toriq, *Etika Bisnis Islam Konsep Dan Praktek*, ed. by Ferdy Azmal Fakhrani, 1st edn (Yogyakarta, 2021)
- Nurmalasari, Devi, 'Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba Mariza Di Madiun' (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023)
- Parmujianto, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Swalayan (Studi Di Kompondren Al-Yasini Mart)', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1.2 (2020)
- Pasaribu, Lamtiur Mayogi Rohana, 'Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis' (Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019)
- Priadana, Sidik, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Della, 1st edn (Tangerang: Pascal Books, 2021)
- Prihatminingtyas, Budi, *Etika Bisnis Suatu Pendekatan Dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*, 1st edn (Malang: CV IRDH, 2019)
- Ruly Nurparikoh, 'Pengaruh Disiplin Kerja Dan Self Efficacy Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pasteur Trans Kota Bandung' (Universitas Pasundan Bandung, 2023)
- Rusidah, 'Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pedagang Sembako Di Pasar Kamis Desa Sunga Junjangan Kecamatan Batang Tuaka' (Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurrasyidin-Tambilahan, 2020)
- Sahir, Syafrida Hafni, *Metodologi Penelitian*, ed. by Try Koryati, 1st edn (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2022)
- Sasmita, Dea, 'Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Camera Station Di Bandar Lampung)' (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Sumarin, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Prespektif Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)
- Syafiq, Ahmad, 'Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam', *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5.1 (2019), 96–113
- Thursina, 'Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Riyadh Store Di Banda Aceh' (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)
- Yusanto, Muhammad Ismail, *Menggagas Bisnis Islami*, ed. by Muhammad Karebet Widjajakusuma, 1st edn (jakarta: Gema Insani, 2002)
- Zainal, Veithzal Rivai, Nova Sri Hendriyeni, and Marwini, *Meneladani Berbisnis Ala Rasulullah SAW*, 2022