

SKRIPSI

PENGARUH PENERAPAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM, KINERJA KARYAWAN, LOYALITAS KARYAWAN, TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOPPONTREN AUSATH MART DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI



Oleh:

Ahmad Agus Munandar

NIM: 2113111046

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG - BANYUWANGI**

2025



PERSYARATAN GELAR

PENGARUH PENERAPAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM, KINERJA KARYAWAN, LOYALITAS KARYAWAN, TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOPPONTREN AUSATH MART DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas
KH. Mukhtar Syafa'at Blokagung Banyuwangi Untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Ahmad Agus Munandar
NIM: 2113111046

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG - BANYUWANGI
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING
PENGARUH PENERAPAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM, KINERJA
KARYAWAN, LOYALITAS KARYAWAN, TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI KOPPONTREN AUSATH MART DARUSSALAM
BLOKAGUNG BANYUWANGI

Telah disetujui untuk di ajukan dalam sidang ujian skripsi

Pada tanggal:

21, Juli, 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Munawir, M.Ag.
NIPY. 3150312027201

Pembimbing

Lilit Biati, S.E., M.M
NIPY. 3150518038101

PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi saudara **Ahmad Agus Munandar** telah di munaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafa'at (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi pada tanggal tanggal:

21, Juli, 2025.

Dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

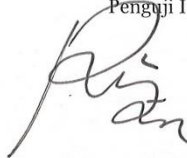
Tim Penguji:

Ketua Penguji



Imam Khusnudin, S.E., M.M.
NIPY. 3151602078501

Penguji I



H. Muhammad Riza Azizy, S.Pd.I, M.I.E.B.
NIPY. 3150812028501

PengujiII



Lilit Biati, SE., MM.
NIPY.3150518038101

Dekan



Dr. Hj. Lely Ana Ferawati Ekaningsih., SE., MH., MM., CRP.
NIPY. 3150425027901

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

فَتَعَلَى اللَّهِ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يُقْضَى إِلَيْكَ وَحْيُهُ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

Mahatinggi Allah, Raja yang sebenar-benarnya. Janganlah engkau (Nabi Muhammad) tergesa-gesa (membaca) Al-Qur'an sebelum selesai pewahyuannya kepadamu dan katakanlah, "Ya Tuhanku, tambahkanlah ilmu kepadaku."

(QS. Taha, ayat 114)

Persembahan:

Alhamdulillahirabbil'alamina segala puji bagi Allah atas anugerah dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dengan penuh rasa syukur, kupersembahkan karya tulis ini untuk:

1. Keluarga Tercinta

Bapak Mislan dan Ibu Siti Awaliyah yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, perhatian, dukungan, serta do'a tulus yang tak hentinya dipanjatkan untuk kelancaran segala urusan termasuk dalam penyelesaian skripsi ini.

2. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIMSYA

Yang telah membimbing dan mengajar saya selama masa perkuliahan, sehingga banyak ilmu yang saya dapatkan selama saya kuliah di Universitas KH. Mukhtar Syafa'at ini.

3. Teman-Teman Seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIMSYA.

yang memberikan dukungan, bantuan dan menemani saya dari awal perkuliahan sampai selesainya skripsi ini.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Ahmad Agus Munandar

NIM : 2113111046

Program : Ekonomi Syariah

Alamat Lengkap : Dusun I, Desa Sindang Sari, Kecamatan
Lempuing, Kabupaten Ogan Komering Ilir,
Provinsi Sumatra Selatan, Indonesia

Dengan ini menyatakan sungguh-sungguh skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumber.

Banyuwangi, 21 Juli 2025

Yang Menyatakan



Ahmad Agus Munandar
Nim. 2113111046

ABSTRAK

Agus Munandar, Ahmad. 2025. Pengaruh Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, Loyalitas Karyawan, Terhadap Kepuasan Konsumen Di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi. Skripsi. Progam Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas KH. Mukhtar Syafaat Banyuwangi. Pembimbing: Lilit Biati,S.E.,M.M

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, Loyalitas Karyawan, Kepuasan Konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) untuk menganalisis Pengaruh Etika Bisnis Islam (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) konsumen koppontren Ausath Mart Blokagung. 2) untuk menganalisis pengaruh Kinerja Karyawan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Konsumen Koppontren Ausath Mart Blokagung. Dan 3) untuk menganalisis Loyalitas Karyawan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Konsumen Koppontren Ausath Mart Blokagung. 4) untuk mengetahui Pengaruh Etika Bisnis Islam (X1), Kinerja Karyawan (X2) dan Loyalitas Karyawan (X3) secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Konsumen Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data berupa angka. Sampelnya terdiri dari 65 konsumen Koppontren Ausath mart Darussalam Banyuwangi, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, diukur dengan skala Likert. Untuk menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini : 1) Etika Bisnis Islam (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Koppontren Ausath Mart 2) Kinerja Karyawan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Koppontren Ausath Mart. 3) Loyalitas Karyawan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. (Y) Konsumen Koppontren Ausath Mart. 4) Etika Bisnis Islam (X1), Kinerja Karyawan (X2) dan Loyalitas Karyawan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Konsumen Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi secara simultan.

Berdasarkan penelitian tersebut, disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam (X1), Kinerja Karyawan (X2), dan Loyalitas Karyawan (X3) secara signifikan dan simultan memengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung

Banyuwangi.

ABSTRACT

Agus Munandar, Ahmad. 2025. Effect of Application of Islamic Business Ethics Principles, Employee Performance, Employee Loyalty, Against Consumer Satisfaction at Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi. Thesis. Islamic Economic Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, KH. Banyuwangi intercessory mukhtar. Supervisor: Lilit Biati, S.E., M.M.

Keywords: Islamic business ethics, employee performance, employee loyalty, customer satisfaction.

The objectives of this study are: 1) To analyze the influence of Islamic business ethics (X1) on Consumer Satisfaction (Y) Koppontren Ausath Mart Blokagung Consumers. 2) To analyze the effect of employee performance (X2) on Consumer Satisfaction (Y) Koppontren Ausath Mart Blokagung Consumer. And 3) to analyze employee loyalty (X3) on Consumer Satisfaction (Y) Koppontren Ausath Mart Blokagung Consumer. 4) To determine the effect of Islamic business ethics (X1), employee performance (X2) and employee loyalty (X3) simultaneously on Consumer Satisfaction (Y) Koppontren Consumer Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi.

This quantitative study collected numerical data from 65 consumers at Koppontren Ausath Mart Darussalam Banyuwangi. The sample was selected using purposive sampling. Both primary and secondary data were gathered, with the Likert scale used as the measurement tool. To test the research hypothesis, the data was analyzed using multiple regression analysis.

The results of this study: 1) Islamic Business Ethics (X1) has a significant effect on consumer satisfaction (Y) Koppontren Ausath Mart 2) Employee performance (X2) has a significant effect on customer satisfaction (Y) Koppontren Ausath Mart. 3) Loyalty Employees (X3) have a significant effect on customer satisfaction. (Y) Consumers of Koppontren Ausath Mart. 4) Islamic Business Ethics (X1), Employee Performance (X2) and Employee Loyalty (X3) have a significant effect on customer satisfaction (Y) Koppontren Ausath Mart Darussalam Consumer Banyuwangi simultaneously.

This study concludes that Islamic business ethics (X1), employee performance (X2), and employee loyalty (X3) all have a

significant and simultaneous effect on customer satisfaction (Y) at Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya dan dengan motivasi serta dukungan dari beberapa pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Solawat serta salam selalu terlimpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, beliau adalah suri tauladan Umat. Untuk selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung KH. Ahmad Hisyam Syafa'at, S. Sos. I., MH.
2. Dr. H. Ahmad Munib Syafaat, Lc., M.E.I. selaku Rektor UIMSYA Blokagung Banyuwangi.
3. Dr. Hj. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, SE., MH., MM., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIMSYA
4. Munawir, M.Ag. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah UIMSYA Blokagung Banyuwangi.
5. Lilit Biati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing
6. Seluruh Dosen Universitas KH. Mukhtar Syafa'at Blokagung Banyuwangi.
7. Semua pihak yang telah membantu kami demi terselesainya penulisan Skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah memberikan balasan yang setimpal, kepada semua yang tersebut diatas, dan semoga penulisan skripsi ini berguna bagi semua pihak yang memerlukan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Blokagung, 22 Februari 2025



Ahmad Agus Munandar

DAFTAR ISI

COVER	
PERSYARATAN GELAR	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PENGUJI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian	8
1.6 Definisi Operasional	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Etika Bisnis Islam	10
2.1.2 Kinerja Karyawan	14
2.1.3 loyalitas Karyawan	16
2.1.4 Kepuasan Konsumen	19
2.2 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis Penelitian	33
BAB 3 METODE PENELITIAN	34

3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Waktu Dan Tempat Penelitian	34
3.3	Populasi Dan Sampel Penelitian	35
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.5	Variabel Penelitian	35
3.6	Uji Validitas, Reabilitas Dan Normalitas.....	37
3.7	Data Dan Sumber Data.....	38
3.8	Teknik Pengumpulan Data	39
3.9	Teknik Analisis Data.....	41
3.10	Kerangka Pikiran.....	43
BAB 4 HASIL PENELITIAN.....		45
4.1	Deskripsi Umum Koppondren Ausath.....	45
4.2	Analisis Data.....	58
BAB 5 PEMBAHASAN		69
BAB 6 PENUTUP		82
6.1	Kesimpulan.....	82
6.2	Keterbatasan Penelitian	83
6.3	Saran.....	83
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>		
<i>LAMPIRAN-LAMPIRAN</i>		
<i>DAFTAR RIWAYAT</i>		
<i>HIDUP</i>		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 4.1 Data Sampel Penelitian.....	57
Tabel 4.2 Uji Validitas Etika bisnis islam (X1).....	59
Tabel 4.3 Uji Validitas Kinerja Karyawan (X2).....	59
Tabel 4.4 Uji Validitas Loyalitas Karyawan (X3)	60
Tabel 4.5 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	61
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Data dengan kolmogotow-smirnov.....	63
Tabel 4.8 Hasil Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji F	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68
Tabel 5.1 Tabel Etika Bisnis Islam	71
Tabel 5.2 Tabel Presentasi Kinerja Karyawan.....	74
Tabel 5.3 Tabel Presentasi Loyalitas Karyawan	76
Tabel 5.4 Tabel Presentase Indikator Simultan	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 3.1 kerangka pikiran.....	44
Gambar 4.1 Struktur Koppontren Ausath.....	48
Gambar 5.1 Model Persamaan Regresi	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2 Daftar Pernyataan / Pertanyaan
Lampiran 3 Hasil Sebar Kuisisioner
Lampiran 4 Hasil Analisis Data
Lampiran 5 Surat Rekom Ausath.....
Lampiran 6 Hasil Plagiasi.....
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Di Ausath.....
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Untuk kata yang sudah diserap atau sering digunakan dalam bahasa Indonesia, penulisannya disesuaikan dengan ejaan yang berlaku dalam bahasa Indonesia. Untuk kata yang belum diserap atau jarang digunakan dalam bahasa Indonesia, penulisannya sesuai dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel. Transliterasi Arab-Latin

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	'	ز	Z	ق	Q
ب	B	س	S	ك	K
ت	T	ش	Sy	ل	L
ث	Ts	ص	Sh	-	M
ج	J	ض	D	ف	N
ح	H	ط	T	ك	W
خ	Kh	ظ	Z	ق	H
د	D	ع	”	ء	”
ذ	Dz	غ	G	ل	Y
ر	R	پ	F		-

Sumber: Buku Pedoman Penulisan
Skripsi, 2025.

Catatan: 1. Konsonan yang ditulis dengan rangkap, misalnya: ربنا ditulis rabbana.

2. Vokal panjang (mad) ; Fathah (baris di atas) ditulis a, kasrah (baris di bawah) ditulis i, serta dammah (baris di depan) ditulis u. Misalnya; القارعة ditulis al-qari‘ah, املساكني ditulis al-masakin, امفلحوف ditulis al-muflihun.

3. Kata sandang alif + lam (ال) Bila diikuti oleh huruf qamariyah ditulis al, misalnya; الكافركف ditulis al- kafirun. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiyah, huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya; الرجاء ditulis ar-rijal.

4. Ta" marbuthah (ة) Bila terletak diakhir kalimat, ditulis h, misalnya; البقرة ditulis al-baqarah. Bila ditengah kalimat ditulis t, misalnya; كاة املايثر ditulis zakat al-mal, atau سورة النساء ditulis surat an-Nisa".

5. Penulisan kata dalam kalimat dilakukan menurut tulisannya, misalnya; كهو

خري الرزقني ditulis wa huwa khair ar-Raziqin.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang bergerak dengan kecepatan luar biasa saat ini, para pelaku usaha dihadapkan pada tantangan sekaligus ancaman serius. Mereka tidak hanya harus mampu bersaing, tetapi juga wajib memastikan kelangsungan operasional perusahaan mereka di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Untuk tidak hanya bertahan, melainkan juga untuk berkembang dan meraih keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sebuah perusahaan mutlak perlu mengimplementasikan strategi multifaset. Ini mencakup penyediaan produk atau layanan dengan kualitas unggul, penetapan harga yang lebih kompetitif dibandingkan kompetitor, penjaminan pengiriman yang lebih cepat dan efisien, serta penyediaan pelayanan pelanggan yang jauh lebih unggul. Dengan demikian, perusahaan dapat membedakan diri dan menarik loyalitas pelanggan di tengah sengitnya persaingan. (Fauzan & Nuryana, 2014)

Dalam upaya memenangkan sengitnya persaingan pasar, menjaga loyalitas pelanggan yang sudah ada, dan bahkan merebut pangsa pasar dari para kompetitor, perusahaan-perusahaan dituntut untuk jago banget dalam menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan dinamika lingkungan yang enggak ada habisnya berubah. Intinya, setiap pelaku usaha kudu punya kepekaan tinggi terhadap berbagai macam perubahan yang terjadi di pasar. Mereka juga harus cepat tanggap buat merespons kebutuhan dan keinginan konsumen yang makin banyak maunya dan terus berubah. Makanya, penting banget nih bagi para pebisnis buat bisa menciptakan produk yang enggak cuma fungsional, tapi juga bisa menyentuh sisi emosional pelanggan. Selain itu, produk tersebut juga harus mampu memberikan pengalaman yang berkesan saat digunakan. Jadi, pelanggan itu merasa ada koneksi emosional dan punya cerita menarik dengan produk kita. (Di et al., 2004)

Koppontren Ausath adalah sebuah entitas ekonomi yang secara sah dikelola oleh Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung. Lembaga ini berlokasi di Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi, dan memiliki fokus ganda. Selain aktif dalam

pengembangan sektor ekonomi pesantren, Koppontren Ausath juga memegang peran vital dalam meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia, khususnya di bidang perkoperasian. Pembentukan Koppontren Ausath merupakan hasil dari inisiatif para pengasuh dan pengurus pesantren, yang melihat kebutuhan akan adanya entitas khusus untuk menangani urusan ekonomi pesantren. Tujuannya jelas, yaitu memperkuat perekonomian pesantren dan juga masyarakat di sekitarnya. Dengan adanya Koppontren Ausath, pengurus di bidang pendidikan bisa lebih berkonsentrasi pada ejak tahun 1990-an, para pengasuh dan pengurus Pondok Pesantren Darussalam mulai mencari cara untuk memajukan kualitas pendidikan dan sumber daya manusia tanpa mengorbankan fokus utama mereka. Dari pemikiran inilah, mereka bersepakat untuk membentuk sebuah unit usaha pesantren. Unit usaha ini kemudian dikenal sebagai Koppontren Ausath, sebuah entitas yang didedikasikan untuk mencapai tujuan tersebut.

Seiring waktu, atas inisiatif pengasuh pesantren, Koppontren Ausath melegalkan keberadaannya. Legalitas dan izin operasional sebagai badan usaha koperasi bagi Koppontren Ausath baru terwujud di tahun 1994, saat mereka resmi terdaftar di instansi pemerintah. Tak lama kemudian, tepatnya Februari 1994, Koppontren Ausath resmi tercatat sebagai koperasi berbadan hukum dengan nomor 7762/BH/II/1994. Lebih dari sekadar lembaga pemberdayaan ekonomi, Koppontren Ausath juga berperan vital sebagai sarana pembelajaran praktis bagi para santri di bidang perkoperasian. Ini selaras dengan visi pesantren yang tidak hanya fokus pada pendidikan agama, tapi juga berupaya membina kemandirian santri, mengembangkan keterampilan dalam dunia usaha, membentuk mental kewirausahaan, dan mengajarkan tata kelola organisasi atau bisnis secara profesional. Dengan bekal ini, para santri diharapkan siap menghadapi tantangan global dan mampu berkontribusi dalam melahirkan sumber daya manusia unggul yang berujung pada terciptanya komunitas yang tenteram, makmur, dan berdikari dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya.

Penerapan etika bisnis Islam menjadi sangat krusial karena dampaknya yang signifikan terhadap berbagai aspek perusahaan. Etika ini bukan hanya sekadar panduan moral, melainkan juga fondasi yang memengaruhi kualitas kinerja karyawan dan efisiensi

operasional perusahaan. Pada endingnya, semua ini akan bermuara pada kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Lebih dari itu, pemahaman dan pelaksanaan etika bisnis Islam secara tepat dan akurat sangatlah esensial. Hal ini bertujuan untuk memastikan tidak ada pihak yang dirugikan dalam setiap aktivitas bisnis. Dengan demikian, perusahaan tetap bisa mencapai targetnya secara efektif dan optimal, tanpa sedikit pun mengabaikan atau melanggar prinsip-prinsip syariat Islam. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis tidak harus mengorbankan nilai-nilai etis dan keadilan.(Putritama, 2018)

Kepuasan pelanggan tak hanya ditentukan oleh kualitas layanan dan jasa yang diberikan, namun juga sangat dipengaruhi oleh kinerja individual setiap karyawan (Agung et al., 2022). Dalam konteks ini, penilaian kinerja karyawan menjadi proses vital bagi manajemen. Ini adalah evaluasi atas hasil kerja mereka yang kemudian menjadi dasar untuk memberikan umpan balik personal mengenai kualitas pekerjaan yang telah diselesaikan, tentu saja dari perspektif kepentingan perusahaan. Jika dilakukan secara rutin, evaluasi ini punya tujuan besar, yaitu membantu perusahaan mewujudkan targetnya. Penilaian yang objektif, akurat, dan terdokumentasi dengan baik juga bisa meminimalisir potensi penyimpangan yang mungkin dilakukan karyawan. Dengan demikian, diharapkan produktivitas karyawan terus melonjak dan senantiasa sesuai dengan patokan perusahaan.(Serlin & Ramlawati, 2022)

Dalam sektor jasa, peran karyawan sangatlah vital untuk kesuksesan perusahaan. Kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggan secara langsung mencerminkan kinerja mereka, yang kemudian menjadi dasar evaluasi bagi perusahaan. Untuk memastikan peningkatan berkelanjutan, manajemen kinerja menjadi alat penting dalam meningkatkan hasil kerja di seluruh tingkatan baik organisasi, tim, maupun individu melalui perencanaan tujuan dan standar yang disepakati bersama.

Keberhasilan sebuah perusahaan sangat bergantung pada kinerja individu karyawan dan seluruh tim. Seiring dengan kemajuan zaman, jumlah pekerja pun terus bertambah. Mengingat peran vital karyawan dalam menggerakkan roda organisasi, ada tuntutan besar terhadap ketersediaan tenaga kerja yang berkualitas, dinamis, profesional, dan memiliki loyalitas tinggi.

Oleh karena itu, manajemen perusahaan wajib berupaya keras untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki.

Salah satu kendala internal yang sering dihadapi sektor bisnis adalah keterbatasan tenaga kerja dengan kompetensi memadai di bidang perbankan. Oleh karena itu, langkah cepat dalam mengelola sumber daya manusia menjadi sangat krusial demi kelancaran operasional perbankan. Tak bisa dipungkiri, SDM memegang peran sentral sebagai penentu utama keberhasilan sebuah perusahaan. (Suparta Haryono, 2018).

Untuk meningkatkan performa kerja karyawan, terdapat sejumlah aspek atau permasalahan yang dapat memengaruhi tingkat keberhasilan karyawan dalam mencapai target perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain meliputi etika bisnis dalam perspektif Islam, kinerja individu, serta tingkat loyalitas karyawan. Dalam pelaksanaannya, terdapat prinsip-prinsip etika yang wajib dijunjung tinggi oleh setiap karyawan, antara lain:

1. Berusaha untuk memenuhi semua keinginan dan kebutuhan pelanggan sepenuhnya.
2. Selalu memperhatikan masalah pelanggan.
3. Sopan dan ramah saat melayani pelanggan tanpa diskriminasi.
4. Sangat toleran terhadap tindak tanduk pelanggan.
5. Penting sekali untuk bisa membuat pelanggan merasa tenang, nyaman, dan percaya, bahkan saat menghadapi mereka yang berperilaku sulit.
6. Menyenangkan orang lain. (Suparta Haryono, 2018).

Loyalitas karyawan adalah manifestasi sikap positif seorang individu terhadap perusahaan tempatnya bekerja. Karyawan yang loyal tidak hanya berorientasi pada kepentingan pribadi, melainkan juga secara aktif berkontribusi demi kemajuan organisasi. Kesetiaan ini menjadi aspek krusial dalam evaluasi kinerja, meliputi komitmen terhadap tugas, posisi, dan keseluruhan organisasi. Loyalitas tak sekadar hadir secara fisik, melainkan juga melibatkan keterlibatan emosional, pemikiran, dan perhatian penuh terhadap perusahaan. Oleh karena itu, komitmen yang loyal dari setiap karyawan sangat dibutuhkan untuk mencapai

keberhasilan organisasi secara menyeluruh.

Inilah letak inti peran dan tanggung jawab seorang pemimpin. Segala sikap, keputusan, dan tindakan yang dipilih oleh pemimpin memiliki pengaruh besar dan dapat menjadi acuan bagi pegawai dalam bersikap dan berperilaku positif dalam menjalankan tugasnya. Hal ini dapat mendorong terciptanya semangat kerja, kepuasan, hingga loyalitas karyawan. Oleh karena itu, gaya kepemimpinan seseorang memiliki peran krusial dalam menentukan tingkat loyalitas pegawai, apakah akan meningkat atau justru menurun. Dengan demikian, dalam suatu organisasi, kehadiran komunikasi yang efektif menjadi hal yang sangat penting dan tidak dapat diabaikan.(Citra & Fahmi, 2019)

Orang-orang di tim yang loyalitasnya kuat bisa menjadi aset berharga yang mendorong keberlangsungan perusahaan atau organisasi. Loyalitas ini tercermin dari rasa nyaman dan senang terhadap pekerjaan yang mereka jalani. Mereka cenderung mencurahkan lebih banyak perhatian, ide, dan keterampilan dalam setiap tugas yang dikerjakan. Oleh karena itu, diperlukan motivasi yang mencakup pemenuhan kebutuhan fisik maupun nonfisik. Ketika kebutuhan tersebut terpenuhi, karyawan akan termotivasi untuk bekerja secara optimal dan melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik. Fokus terhadap tugas pun akan meningkat, sehingga hasil kerja yang dicapai menjadi lebih maksimal. Oleh karena itu, perusahaan wajib memberikan stimulus yang sesuai agar karyawan bisa melaksanakan tugasnya dengan efektif.(Citra & Fahmi, 2019)

Kualitas layanan dan produk yang unggul merupakan faktor esensial dalam membangun kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Bagi Koppondren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi, memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen adalah hal krusial, karena kepuasan tersebut berpotensi mendorong pembelian ulang dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Jika pelayanan dan produk Koppondren Ausath Mart sesuai ekspektasi pelanggan, bahkan dengan keunggulan produk yang bervariasi, hal ini dapat secara signifikan mencegah mereka berpindah ke lembaga lain; sebaliknya, ketidaksesuaian akan menimbulkan kekecewaan. Oleh karena itu, penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap Koppondren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi

menjadi sangat relevan. sesuai dengan apa yang diharapkan kepala kopppontren, apalagi jika pada produk yang dimiliki tersebut memiliki keunggulan yang berbeda-beda dimasing masing produk produknya, maka hal tersebut dapat meminimalisir tercegahnya anggota/pelanggan yang membeli produk di Kopppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi untuk berpindah ke lembaga-lembaga lainnya. Sebaliknya anggota akan merasa kecewa jika pelayanan dan produk-produknya yang diberikan tidak sesuai yang diharapkan konsumen/pelanngan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap Kopppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi. dengan judul “PENGARUH PENERAPAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM, KINERJA KARYAWAN, LOYALITAS KARYAWAN, TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOPPONTREN AUSATH MART DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI”

1.2 Rumusan Masalah

Pertanyaan-pertanyaan kunci yang akan diselidiki dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen pada Kopppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi?
2. Apakah kinerja karyawan di Kopppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi punya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen mereka?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan loyalitas karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Kopppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi?
4. Pertanyaan mendasar dalam penelitian ini adalah: Apakah etika bisnis Islam (X₁), kinerja karyawan (X₂), dan loyalitas karyawan (X₃) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Kopppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini memiliki beberapa sasaran utama, yaitu:

1. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh etika bisnis Islam berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pembeli di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi.
2. Untuk menganalisa pengaruh positif dan signifikan kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi
3. Untuk menganalisa pengaruh positif dan signifikan loyalitas karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi
4. Untuk menganalisis secara cermat pengaruh positif dan signifikan dari penerapan prinsip etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Mengembangkan teori etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan.
2. Menambah atau memperkuat teori etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan.
3. Memperbaiki atau mengubah teori etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan.
4. Menjadi dasar kerangka teori etika bisnis Islam, kinerja karyawan, loyalitas karyawan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Selain tujuan yang ingin diraih, penelitian ini juga memberikan beberapa manfaat, antara lain:

1. Bagi Mahasiswa

Tugas ini merupakan salah satu syarat untuk menuntaskan studi S1 di jurusan Ekonomi Syariah. Selain itu, ini juga jadi kesempatan buat kita mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat, baik teori maupun praktik langsung di perusahaan.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan

Ekonomi Syariah

Dari hasil penelitian ini, harapannya bisa jadi masukan yang berguna banget buat mengembangkan ilmu pengetahuan, terutama di bidang lembaga keuangan syariah. Jadi, studi kita ini bisa kasih kontribusi nyata.

3. Bagi Perusahaan

Penemuan dari studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi. Hasilnya bisa menjadi panduan untuk meningkatkan etika bisnis Islam di kalangan staf, memastikan lingkungan kerja Islami dijalankan sesuai aturan yang berlaku, dan juga memotivasi karyawan mereka..

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang didasari filosofi positivisme menekankan objektivitas dan fakta. Biasanya, metode ini diterapkan pada populasi atau sampel, dengan data yang dikumpulkan via instrumen khusus dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis.

Dalam penelitian ini, kita akan fokus pada dua jenis variabel utama. Ada variabel bebas, yaitu etika bisnis Islam (X_1), kinerja karyawan (X_2), dan loyalitas karyawan (X_3). Nah, variabel-variabel ini yang kita duga punya pengaruh. Lalu, ada variabel terikatnya, yaitu kepuasan anggota (Y), yang akan kita lihat bagaimana dipengaruhi oleh variabel bebas tadi. Semua penelitian ini akan dilakukan di Koppontren Ausath Mart yang berlokasi di Darussalam Blokagung, Banyuwangi.

1.6 Definisi Operasional

Definisi operasional itu intinya penjelasan detail tentang gimana kita bakal mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini. Tujuannya biar konsep-konsep yang awalnya abstrak bisa jadi sesuatu yang bisa diamati dan diukur pakai angka. Nah, untuk penelitian kita tentang pengaruh etika bisnis Islam, kinerja, dan loyalitas karyawan terhadap kepuasan anggota di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi, definisi operasional untuk setiap variabelnya akan dijelaskan lebih lanjut.:

Memuat definisi atau pengertian atau penegasan dari judul atau variable yang digunakan, untuk menghindari penyimpangan

atau kesalahan pemahaman.

1. Etika Bisnis Islam (X1)

Menurut M. Umer Chapra (2000:212), ada beberapa nilai fundamental dalam etika bisnis Islam yang penting banget buat kita pahami. Nilai-nilai itu Intinya, pilar-pilar seperti tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah, dan ihsan adalah penjabaran dari prinsip-prinsip umum yang sering kita jumpai. Prinsip-prinsip tersebut meliputi keadilan, kejujuran, transparansi, solidaritas, kebebasan, tanggung jawab, dan akuntabilitas.

2. Kinerja Karyawan (X2)

Menurut Mangkunegara (2006:112), kinerja karyawan merujuk pada hasil kerja yang berhasil diraih oleh seorang individu. Hasil ini mencakup baik kualitas maupun kuantitas dari pekerjaan yang diselesaikan. Pencapaian ini merupakan cerminan langsung dari bagaimana seorang karyawan melaksanakan semua tugas dan tanggung jawab yang telah dipercayakan kepadanya.

3. Loyalitas Karyawan (X3)

Menurut Mowday (1979), loyalitas karyawan itu bisa diartikan sebagai seberapa dalam komitmen dan kesetiaan seorang karyawan terhadap tempat kerjanya. Karyawan yang loyal cenderung akan merasa bangga, punya semangat tinggi, dan berkomitmen buat terus berkontribusi demi kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang.

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Locke, EA (1976). Kepuasan anggota Merujuk pada tingkat penyediaan kebutuhan, harapan, dan keinginan anggota (dalam suatu organisasi, kelompok, atau komunitas) terhadap pengalaman atau interaksi yang alami mereka. Kepuasan ini mencakup aspek seperti kualitas hubungan, kesejahteraan, dan seberapa baik tujuan atau ekspektasi mereka tercapai dalam konteks organisasi.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian etika

Istilah "etika" pertama kali diperkenalkan oleh filsuf Yunani kuno, Aristoteles, dalam bukunya yang berjudul *Eticha Nichomacheae*. Karya ini secara luas diakui sebagai titik awal mula studi tentang etika. Kata "etika" sendiri berasal dari bahasa Yunani, "ethos," yang secara harfiah berarti jiwa atau roh yang menjadi dasar dari suatu tindakan. Oleh karena itu, etika sangat berkaitan erat dengan gagasan tentang aturan atau norma yang memandu perilaku. Dalam tradisi Islam, para ulama dan cendekiawan menerjemahkan etika sebagai akhlaq, sebuah istilah Arab yang bermakna "penciptaan," menegaskan bahwa manusia seharusnya bertindak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah sebagai Sang Pencipta (Veithzal Rivai, dkk, 2012:4). Etika merupakan kajian sistematis mengenai perilaku, dengan fokus utama pada tindakan dan sikap yang dianggap benar dan baik. (Rahardjo, 2009).

Etika adalah disiplin ilmu yang mengkaji apa yang dianggap benar dan salah, serta menetapkan prinsip-prinsip yang layak untuk dipegang teguh atau diterapkan dalam tindakan. Etika yang benar meliputi: (Anoraga, 2021).

- a. Kejujuran (Honesty) berarti berkata dan bertindak sesuai dengan kebenaran serta menjunjung nilai-nilai kebenaran.
- b. Ketepatan (Reliability) adalah kemampuan untuk memenuhi janji sesuai dengan isi kesepakatan, waktu, tempat, dan kondisi yang telah disetujui.
- c. Loyalitas mencakup kesetiaan terhadap janji yang dibuat, kesetiaan kepada individu yang diberikan komitmen, serta kesetiaan terhadap organisasi beserta pimpinan, rekan kerja, bawahan, mitra, dan aturan yang berlaku baik secara formal maupun informal.
- d. Disiplin dapat diartikan sebagai kepatuhan sukarela

terhadap sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang berlaku, tanpa memerlukan instruksi atau paksaan dari pihak manapun.

- e. Dalam Islam, standar tentang baik dan buruk memiliki tolok ukur yang berbeda dibandingkan dengan pandangan lainnya. Untuk menilai suatu tindakan baik atau buruk, penting juga memperhatikan bagaimana cara tindakan tersebut dilakukan.

Secara umum, "etika," "akhlaq," atau "moral" dapat diartikan sebagai jiwa atau roh yang menjadi dasar dari perilaku individu maupun kelompok masyarakat. Istilah "etika" dan "akhlaq" lebih fokus pada aspek perilaku pribadi, sementara "moral" lebih menitikberatkan pada aturan atau norma yang berlaku dalam kehidupan sosial. (Mukhtar Samad, 2016:7)

2. Pengertian etika bisnis

Para ahli etika bisnis sepakat bahwa etika bisnis adalah seperangkat ajaran yang membimbing dalam membedakan tindakan yang benar dari yang salah. Etika ini juga berfungsi sebagai panduan penting bagi pimpinan perusahaan saat menghadapi dan mengambil keputusan strategis yang melibatkan dilema moral kompleks. Senada dengan pandangan ini, Steade dan timnya mendefinisikan etika bisnis sebagai standar moral yang secara spesifik berkaitan dengan tujuan dan metode dalam proses pengambilan keputusan bisnis. (Soetam Rizky Wicaksono, 2018:12)

Secara sederhana, etika bisnis itu adalah cara sebuah perusahaan mengoperasikan usahanya dengan berpegang pada prinsip-prinsip etis. Meskipun tujuan utama bisnis adalah meraup keuntungan, para pelaku usaha enggak boleh melakukannya kalau sampai melanggar peraturan yang sudah jelas (Suyadi Prawirosentono, 2007:3). Etika bisnis adalah kumpulan nilai dan prinsip moral yang berfungsi sebagai pedoman untuk menilai apakah suatu tindakan atau keputusan dalam aktivitas bisnis itu baik atau buruk, serta benar atau salah. Singkatnya, etika bisnis adalah Kompas moral yang mengarahkan praktik bisnis.

3. Pengertian etika bisnis Islam

Dalam pandangan Muhammad Saifullah, etika bisnis

adalah prinsip-prinsip fundamental yang memandu dalam memilah mana yang baik dari yang buruk, dan yang benar dari yang salah. Prinsip-prinsip ini bersifat umum sehingga bisa diterapkan dalam berbagai dimensi dunia usaha. Singkatnya, etika bisnis merupakan norma dan aturan yang wajib dipegang teguh oleh setiap pelaku bisnis mulai dari proses transaksi, cara bersikap, hingga dalam membangun hubungan agar tujuan bisnis dapat tercapai dengan aman dan lancar. (Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, 2020:2)

Dalam etika bisnis Islam, setiap pelaku usaha tidak semata-mata berorientasi pada meraih keuntungan sebesar-besarnya. Yang lebih krusial adalah memperoleh keridhaan Allah SWT dan keberkahan dari rezeki yang telah diberikan-Nya. Esensi dari keberkahan dalam berusaha ini terletak pada stabilitas keuntungan yang wajar disertai dengan ridha dari Allah SWT. Oleh karena itu, dalam ajaran Islam, seorang pengusaha diwajibkan untuk senantiasa menjalankan usahanya sejalan dengan aturan dan nilai-nilai agama. (Saban Echdar dan Maryadi, 2019:110)

Dalam *Ihya' Ulumuddin*, sebuah karya penting oleh Al-Ghazali yang juga dikutip oleh Ali Hasan, etika didefinisikan sebagai karakter atau sifat yang tertanam kuat dalam diri seseorang. Karena sifat ini sudah melekat, segala tindakan yang muncul dari individu tersebut terjadi secara spontan dan tanpa pertimbangan yang rumit. Maka dari itu, etika bisnis dalam syariat Islam dapat diartikan sebagai perilaku atau akhlak yang diterapkan dalam aktivitas bisnis yang sepenuhnya sejalan dengan nilai-nilai dan ajaran Islam. Ini berarti, para pelaku bisnis yang berpegang pada etika Islam tidak perlu merasa bimbang atau khawatir saat menjalankan usaha mereka. Mereka memiliki keyakinan yang kuat bahwa setiap tindakan yang diambil sudah benar dan selaras dengan prinsip-prinsip kebaikan yang diajarkan dalam Islam. Indikator-indikator etika bisnis Islam

Etika bisnis Islami berperan sebagai panduan operasional yang krusial dalam melaksanakan setiap aktivitas usaha. Pedoman ini berlandaskan pada sumber-sumber utama dalam Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadits, serta diperkuat dengan ketentuan hukum yang telah ditetapkan

oleh para ahli fikih. Lebih jauh, etika bisnis Islami juga ditandai oleh beberapa indikator penting yang akan dijelaskan secara lebih rinci:

a. Ketauhidan (*unity*)

Ketauhidan adalah landasan filosofis yang sangat penting dan menjadi fondasi utama bagi setiap Muslim. Prinsip tauhid ini berpusat pada keridhaan Allah, di mana setiap aktivitas termasuk dalam konteks bisnis dan distribusi dilakukan dan diatur sesuai dengan syariatnya dan tujuan ilahiyah. (Muslich, 2004:30)

b. Keadilan (*Equilibrium*)

Setiap individu wajib diperlakukan secara setara dengan menerapkan prinsip keadilan yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Hak serta kepentingan siapa pun tidak boleh dirugikan berdasarkan asas keadilan. Dalam kegiatan duniawi dalam bekerja dan bisnis, Islam menegaskan pentingnya berlaku adil kepada semua pihak, termasuk kepada mereka yang mungkin kurang disukai.

c. Kehendak bebas (Ikhtiar/ *Freewill*)

Dalam konteks bisnis, kebebasan berarti setiap individu atau kelompok memiliki hak penuh untuk beraktivitas ekonomi. Karena ekonomi termasuk dalam ranah muamalah, bukan ibadah, manusia diberi keleluasaan mengatur urusan ekonomi sesuai prinsip Islam. Prinsip dasarnya adalah "semua hal diperbolehkan kecuali yang dilarang," di mana ketidakadilan dan riba menjadi dua larangan utama. Kebebasan ini, meskipun penting dalam etika bisnis Islam, harus tetap dijaga agar tidak merugikan kepentingan umum, dan justru mendorong individu untuk berkarya optimal demi kepentingan pribadi yang terbuka luas.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Dalam kegiatan bisnis, terdapat dua bentuk tanggung jawab yang fundamental. Pertama, tanggung jawab vertikal yang ditujukan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Kedua, tanggung jawab horizontal yang diarahkan kepada masyarakat atau para pelanggan. Sebuah entitas bisnis wajib menjalankan kewajibannya dengan transparansi, kejujuran, menyediakan pelayanan optimal, serta

senantiasa berupaya semaksimal mungkin dalam setiap lini operasionalnya. Prinsip ini secara inheren berkaitan dengan konsep kehendak bebas, yang pada hakikatnya membatasi lingkup tindakan dan keputusan yang dapat diambil oleh manusia.

2.1.2. Kinerja Karyawan

1. Pengertian kinerja karyawan

Menurut Mangkunegara (2006:112), kinerja karyawan itu bisa dibilang sebagai hasil kerja yang dicapai seseorang, dilihat dari kualitas dan kuantitasnya, saat mereka menjalankan tugas sesuai tanggung jawabnya. Di sisi lain, Simamora (2006:36) punya definisi yang lebih ringkas, di mana kinerja itu merujuk pada tingkat pencapaian tugas yang berhasil dilakukan oleh seorang karyawan. Sementara itu, Wirawan memaknai kinerja sebagai hasil keluaran dari fungsi atau indikator tertentu dalam sebuah pekerjaan atau profesi selama periode waktu tertentu. (Wirawan, 2009:54-55)

Kinerja karyawan dapat didefinisikan sebagai hasil kerja aktual yang dicapai oleh individu, mencakup kualitas dan kuantitas dari tugas yang diselesaikan. Pencapaian ini harus sejalan dengan tanggung jawab yang ditetapkan perusahaan, di mana tujuan utamanya adalah untuk merealisasikan sasaran dan tujuan keseluruhan organisasi.

2. Jenis-jenis kriteria kinerja

Menurut Randall S. Schuler dan Susan E. Jackson mengemukakan bahwa terdapat tiga kategori utama dalam kriteria kinerja pekerjaan, yaitu: (Schuler, Randall S. dan Jackson, Susan E, 1999:11-12).

- a. Kriteria berbasis sifat menitikberatkan pada karakter atau kepribadian individu dalam menjalankan pekerjaannya.
- b. Kriteria berbasis perilaku berfokus pada bagaimana seorang karyawan menyelesaikan tugas-tugasnya. Pendekatan ini sangat cocok untuk jenis pekerjaan yang menuntut interaksi antarindividu yang tinggi.
- c. Kriteria berbasis hasil lebih menekankan pada output

atau pencapaian akhir, dibandingkan dengan proses atau cara pencapaiannya.

3. Penilaian kinerja karyawan

Randall S. Schuler dan Susan E. Jackson menjelaskan bahwa evaluasi kinerja bertujuan untuk menilai tingkat produktivitas seorang karyawan serta mengevaluasi kemampuannya dalam bekerja secara kolaboratif atau meningkatkan efektivitas di masa mendatang, sehingga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, karyawan itu sendiri, maupun masyarakat luas.

Penilaian kinerja adalah proses penting untuk mengevaluasi kualitas kerja individu di sebuah organisasi, menggunakan instrumen atau alat evaluasi yang sudah ditentukan. Praktisnya, penilaian ini adalah kegiatan untuk mengukur seberapa baik seorang pekerja menjalankan tugasnya dengan cara membandingkannya dengan standar kinerja yang telah ditetapkan. Tujuannya juga untuk memberikan umpan balik kepada karyawan mengenai capaian kerja mereka. (Syamsul, 2009).

4. Tujuan penilaian kinerja

Menurut Sedarmayanti, evaluasi kinerja memiliki berbagai tujuan fundamental dalam konteks organisasi, dan tujuan-tujuan dari penilaian kinerja ini meliputi aspek-aspek penting yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas individu maupun pencapaian sasaran perusahaan secara keseluruhan:

- a. Membantu mendorong peningkatan performa kerja karyawan.
- b. Menetapkan target atau tujuan individu secara lebih jelas.
- c. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan kompetensi.
- d. Merancang dan menyepakati program pengembangan karyawan untuk masa mendatang.
- e. Menilai potensi karyawan dalam rangka pertimbangan promosi jabatan.
- f. Memberikan umpan balik mengenai pencapaian dan

kinerja karyawan.

- g. Memberikan arahan dan konsultasi terkait peluang pengembangan karier.
- h. Menentukan tingkat pencapaian kinerja sebagai dasar dalam evaluasi gaji.
- i. Poin ini bertujuan agar atasan lebih cermat dalam menilai kinerja staf. Mereka didorong untuk memahami semua faktor yang memengaruhi kinerja tersebut, termasuk gaya kepemimpinan dan perilaku mereka sendiri. (sedarmayanti, 2011:262)

Menurut Setiawan (2014:147), Pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa indikator sebagai berikut::

- a. Ketepatan dalam menyelesaikan tugas mencerminkan kemampuan karyawan dalam mengatur waktu kerja serta menyelesaikan pekerjaan sesuai tenggat waktu yang telah ditentukan.
- b. Kepatuhan terhadap jam kerja menunjukkan komitmen karyawan dalam menaati aturan perusahaan terkait waktu mulai dan selesai bekerja serta tingkat kehadiran.
- c. Frekuensi kehadiran tercermin dari jumlah absensi karyawan dalam kurun waktu tertentu di suatu perusahaan. Kemampuan bekerja sama dengan rekan kerja mencerminkan keterampilan interpersonal karyawan dalam menyelesaikan tugas bersama secara efektif dan efisien demi mencapai hasil kerja yang optimal.

Kemampuan bekerja sama antar karyawan adalah keterampilan untuk berkolaborasi dengan rekan kerja dalam menyelesaikan tugas tertentu guna memperoleh hasil yang optimal.

2.1.3. Loyalitas Karyawan

1. Pengertian Loyalitas

Loyalitas mencerminkan keinginan untuk bekerja sama, yang berarti adanya kesiapan untuk mengesampingkan kepentingan pribadi, kemampuan mengendalikan diri, serta keinginan untuk tidak terlalu menonjolkan diri (Muhyadi, 1989). Loyalitas juga

merupakan bentuk sikap mental seorang karyawan yang mencerminkan keterikatannya terhadap perusahaan tempat ia bekerja. (Ghozali, 2006)

Loyalitas seringkali terdengar sederhana dalam percakapan sehari-hari, namun menjadi kompleks saat dikaji lebih mendalam. Secara umum, loyalitas berarti kesetiaan yang muncul dari kesadaran pribadi. Loyalitas karyawan itu ibarat PR (pekerjaan rumah) abadi buat manajemen di perusahaan mana pun. Jadi, penting banget bagi manajemen untuk paham betul apa saja sih faktor-faktor yang bikin karyawan itu betah dan loyal, atau justru malah pengen cabut. (Suyadi, 2008).

Jadi gini, ngertiin apa aja yang bikin karyawan loyal itu krusial banget. Kenapa? Karena kalau manajemen udah pegang data itu, mereka bisa bikin kebijakan yang tokcer buat ningkatin kesetiaan pegawai, yang ujung-ujungnya bakal nyambung ke visi-misi perusahaan. Loyalitas ini bukan cuma sekadar absen tiap hari ya, tapi ini kunci utama biar karyawan bisa kerja optimal.

Loyalitas itu muncul dari niat tulus buat setia dan pengen terus berkembang, baik itu di kerjaan kita sendiri, di tim, sama atasan, sampai ke perusahaan secara keseluruhan. Ini yang bikin kita mau berkorban lebih demi kepuasan orang lain atau *stakeholder*. Nah, dorongan buat berbakti ini yang bikin kita gak cuma ngincer gaji doang, tapi lebih fokus ke hasil dan prestasi kerja yang pengen kita capai. Makanya, loyalitas karyawan itu penting banget buat kelangsungan dan kesuksesan jangka panjang sebuah perusahaan atau instansi. (Safitri & Fidiana, 2015)

Karyawan dengan tingkat loyalitas yang rendah terhadap perusahaan berpotensi besar menghambat kinerja organisasi, membuat pencapaian target menjadi sulit. Kondisi ini sering kali berujung pada penurunan produktivitas, tingginya angka ketidakhadiran, serta ketidakpatuhan terhadap arahan atasan. Ketika karyawan enggak punya loyalitas sama perusahaan, ini bisa jadi masalah besar. Gairah mereka buat kerja

maksimal pasti langsung turun drastis, terus rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan juga jadi minim banget. Ujung-ujungnya, loyalitas yang rendah ini bisa bikin visi dan tujuan perusahaan hancur berantakan. (Mar'atusholihah, 2011).

2. Loyalitas Karyawan

Menurut Saputra, Bagia, dan Yulianthini (2016), loyalitas karyawan itu bisa diartikan sebagai perasaan setia atau kesadaran mendalam yang dimiliki seorang pekerja terhadap tempatnya mengabdikan. Loyalitas ini bisa kita lihat dari beberapa indikator kunci, seperti kedisiplinan kerja yang mereka tunjukkan, seberapa besar tanggung jawab yang mereka pikul, dan sikap keseluruhan yang mereka perlihatkan saat berinteraksi di lingkungan kerja. (Suhardi et al., 2021)

Menurut Ali Chaerudin dan timnya (2020), ada enam poin penting yang jadi pondasi terbentuknya loyalitas karyawan. Aspek-aspek ini adalah berikut:

1. Ini artinya, karyawan sadar dan patuh pada semua aturan yang berlaku di Perusahaan.
2. Tanggung jawab pada perusahaan:
 - a. Harus berhati-hati saat mengerjakan tugas
 - b. Berani dalam memberikan berbagai inovasi
3. Kemauan dalam bekerja sama: memberikan nilai positif bekerja sama dalam Tim.
4. Rasa memiliki:
 - a. Sifat saling menjaga
 - b. Bertanggung jawab terhadap pekerjaan
5. Hubungan antar pribadi:
 - a. Memberikan hubungan baik dengan rekan kerja
 - b. Memberikan hubungan baik dengan atasan
6. Kecintaan dalam pekerjaan: mampu menghadapi masa-masa jenuh dengan bijaksana.

3. indikator loyalitas karyawan

Kalau karyawan punya loyalitas yang tinggi, itu bisa berdampak positif banget ke kinerja mereka. Hal ini penting dan sangat berpengaruh buat perusahaan mana pun, karena ujung-ujungnya bisa menunjang kemajuan

organisasi secara keseluruhan.

Selanjutnya indikator loyalitas karyawan menurut Siswanto (2003) sebagai berikut:

1. patuh terhadap peraturan perusahaan.
2. Tanggung jawab tinggi pada perusahaan.
3. Sikap kerja.

Kerja sama yang solid antara atasan dan karyawan itu penting banget. Kalau terjalin baik, karyawan bakal merasa nyaman di perusahaan dan akhirnya punya komitmen yang tinggi terhadap organisasi.

2.1.4. Kepuasan Konsumen.

Kepuasan konsumen itu sebenarnya soal seberapa pas perasaan seseorang setelah dia merasakan sendiri produk atau jasa, lalu membandingkannya sama apa yang dia harapkan. Kayak kata Kotler (2005), kalau yang dia dapat sesuai atau bahkan lebih dari yang dibayangin, ya jelas dia bakal puas dan senang. Tapi, kalau ternyata jauh di bawah ekspektasi, sudah pasti dia kecewa. Sejalan sama itu, Mowen et al. (2002) juga bilang kalau kepuasan itu sikap menyeluruh yang muncul setelah kita pakai suatu produk atau jasa. Ini juga semacam respons penilaian kita terhadap fitur-fitur produk, yang ujung-ujungnya bikin kita senang karena kebutuhan kita terpenuhi. (Oliver, 1997).

Menurut Tjiptono (2006), meskipun ada banyak cara untuk mengukur kepuasan konsumen, setidaknya ada enam konsep utama yang selalu jadi inti dalam pengukuran tersebut. Ini adalah poin-poin fokusnya:

- a. Mengukur kepuasan konsumen secara keseluruhan bisa dilakukan dengan cara paling *to the point*: langsung saja tanya ke mereka seberapa puas sih mereka sama produk atau jasa kita itu. Biasanya, proses ini ada dua langkah utama. Pertama, kita harus tahu dulu seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang kita jual. Kedua, setelah itu, kita bandingkan tingkat kepuasan tersebut dengan tingkat kepuasan mereka

terhadap produk atau jasa dari para pesaing kita.

- b. Berdasarkan berbagai studi, dimensi kepuasan konsumen dapat dijabarkan ke dalam beberapa elemen penting melalui pendekatan empat tahap. Proses ini diawali dengan mengidentifikasi aspek-aspek utama yang membentuk kepuasan. Selanjutnya, konsumen diminta untuk menilai produk atau layanan perusahaan menggunakan indikator-indikator spesifik, seperti seberapa cepat layanan diberikan atau keramahan staf. Tidak hanya itu, konsumen juga diminta mengevaluasi penawaran pesaing memakai indikator yang sama. Tahap terakhir, konsumen perlu menentukan dimensi mana yang paling memengaruhi penilaian kepuasan mereka secara keseluruhan, sebuah tahapan yang erat kaitannya dengan Konsep Konfirmasi Harapan.
- c. Niat membeli kembali atau yang sering disebut minat pembelian ulang, dapat diukur dengan pendekatan yang cukup lugas. Kita bisa langsung bertanya kepada konsumen apakah mereka memiliki rencana untuk melakukan pembelian produk atau memanfaatkan jasa dari perusahaan kita lagi di masa mendatang. Metode ini memberikan gambaran langsung mengenai potensi pelanggan untuk beralih menjadi konsumen yang loyal.
- d. Kesiediaan untuk merekomendasikan (atau *Willingness to Recommend*) adalah indikator yang sangat penting, terutama bagi produk-produk yang jarang dibeli atau hanya sekali beli, contohnya seperti mobil, layanan agen properti, asuransi jiwa, atau paket wisata. Dalam kasus-kasus seperti ini, keinginan pelanggan untuk menyarankan produk kita kepada teman atau keluarga mereka menjadi faktor krusial yang harus perusahaan analisis dengan cermat dan ditindaklanjuti. Ini berarti, perusahaan wajib memahami alasan di balik keputusan pelanggan untuk mau atau tidak mau

merekomendasikan produknya, lalu menggunakan pemahaman itu untuk mengambil langkah strategis yang tepat.

- e. Ketidakpuasan konsumen (Customer Dissatisfaction) dapat dianalisis melalui berbagai indikator, seperti keluhan pelanggan, pengembalian barang, klaim garansi, penarikan produk dari peredaran (product recall), penyebaran informasi negatif dari mulut ke mulut, serta perpindahan konsumen ke produk atau layanan pesaing (defections).

Menurut Kotler (2005), ada beberapa pendekatan yang bisa perusahaan gunakan untuk mengetahui seberapa puas pelanggan mereka:

- 1) Sistem Saran dan Keluhan: Perusahaan bisa menyediakan jalur komunikasi yang mudah diakses agar pelanggan bisa menyampaikan kritik, saran, atau keluhan mereka dengan nyaman.
- 2) Pembeli Bayangan (Ghost Shopping): Ini melibatkan orang yang berpura-pura menjadi pelanggan biasa. Mereka akan menilai kualitas pelayanan, bagaimana respons terhadap pertanyaan, dan cara perusahaan menangani keluhan.
- 3) Analisis Pelanggan yang Pindah (Lost Customer Analysis) adalah saat perusahaan menghubungi kembali para pelanggan yang sudah beralih ke pesaing. Tujuannya simpel: mencari tahu kenapa sih mereka pindah? Informasi ini sangat berharga dan bisa jadi bekal penting bagi perusahaan untuk melakukan perbaikan di masa mendatang.
- 4) Survei Kepuasan Pelanggan: Perusahaan secara langsung mengumpulkan umpan balik dari pelanggan. Selain memberikan data yang berharga, metode ini juga menunjukkan bahwa perusahaan benar-benar peduli dengan kebutuhan konsumen.

Kepuasan konsumen itu ternyata punya dampak positif yang luas ke banyak hal penting di perusahaan. Misalnya, bisa membangun loyalitas pelanggan yang

kuat, meningkatkan reputasi perusahaan, bikin pelanggan enggak terlalu sensitif sama perubahan harga, mengurangi biaya transaksi di kemudian hari, bahkan bisa mendorong efisiensi dan produktivitas karyawan juga (menurut Edvardsson et al., 2000). Intinya, mau puas atau enggak, kedua perasaan itu adalah bagian dari pengalaman langsung konsumen terhadap produk yang mereka pakai. Dari pengalaman tersebut, konsumen cenderung membentuk harapan atau nilai ekspektasi tertentu. Harapan ini kemudian menjadi dasar dalam membandingkan produk serupa dari pesaing yang pernah mereka gunakan, yang pada akhirnya memengaruhi persepsi serta penilaian konsumen terhadap perusahaan pesaing. (Rahayu & Harsono, 2023)

Menurut Mujiharjo (2006), tingkat kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen terhadap produk dan layanan akan memengaruhi perilaku mereka di masa mendatang. Pengaruh tersebut dapat terlihat dari tindakan konsumen sebelum, saat, dan setelah membeli atau menggunakan produk maupun layanan. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung melakukan pembelian berulang dan menyebarkan informasi positif tentang produk kepada lingkungan mereka. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat mendorong konsumen untuk mengembalikan produk atau menyampaikan keluhan kepada perusahaan. Dengan kata lain, tingkat kepuasan pelanggan dapat berujung pada dua konsekuensi: keluhan atau loyalitas terhadap produk dan perusahaan. Oleh karena itu, ketika konsumen merasa puas secara maksimal, hal tersebut akan membentuk loyalitas yang kuat terhadap produk atau layanan yang digunakan. (Di et al., 2004)

Menurut Hawkins dan Lonney, yang dikutip oleh Tjiptono, ada beberapa indikator penting yang biasa dipakai buat mengukur seberapa puas pelanggan. Indikator-indikator ini adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan mengacu pada seberapa cocok kinerja yang diberikan oleh sebuah perusahaan dengan

apa yang sebenarnya dirasakan atau dialami oleh pelanggan. Ini mencakup:

- a. Ini artinya, produk atau jasa yang diterima pelanggan berhasil memenuhi, bahkan melampaui, ekspektasi mereka. Singkatnya, apa yang didapat lebih baik dari yang mereka bayangkan.
 - b. Ini berarti pelayanan yang diterima nasabah sejalan dengan, atau bahkan melampaui, apa yang mereka harapkan dari perusahaan. Dengan kata lain, pengalaman layanan yang diberikan setara atau lebih baik dari perkiraan mereka..
 - c. Ini berarti bahwa fasilitas pendukung yang tersedia dirasakan pelanggan sudah sesuai atau bahkan melampaui apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, sarana penunjang yang disediakan setara atau lebih baik dari perkiraan mereka..
2. Minat berkunjung kembali bisa diartikan sebagai kesediaan seorang pelanggan untuk datang lagi dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kita. Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki pengalaman positif sebelumnya yang membuat mereka ingin terus menjalin hubungan dengan bisnis kita. Hal ini berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan dan retensi konsumen, karena keinginan untuk kembali berkunjung menjadi indikator kuat bahwa mereka merasa puas dan melihat nilai dalam penawaran kita:
- a. Pelanggan yang merasa sangat puas dengan pelayanan perusahaan akan memiliki minat kuat untuk kembali berkunjung. Ini berarti kepuasan terhadap layanan menjadi pendorong utama bagi mereka untuk kembali menggunakan produk atau jasa perusahaan.
 - b. Pelanggan itu mau balik lagi kalau mereka ngerasa dapet *value* dan manfaat setelah pakai produk atau jasa itu. Jadi, intinya, kalau produk atau jasa yang kita kasih bener-bener berguna dan ngasih keuntungan buat mereka, pasti mereka bakal balik lagi.

- c. Pelanggan cenderung berminat untuk kembali berkunjung jika mereka merasa fasilitas pendukung yang disediakan sangat memadai. Ini menunjukkan bahwa kualitas dan kelengkapan sarana penunjang punya peran besar dalam mendorong niat kunjungan ulang.
3. Kemauan untuk merekomendasikan, yaitu ketika nasabah bersedia menyarankan produk atau jasa perusahaan kepada teman dan keluarga setelah menggunakannya, yang meliputi:
- a. Pelanggan akan cenderung merekomendasikan produk kepada teman dan keluarga, karena mereka sangat puas dengan layanan yang diterima. Artinya, pengalaman layanan yang luar biasa mendorong mereka untuk berbagi dan mengajak orang lain mencoba produk tersebut.
 - b. Pelanggan akan mendorong teman dan kerabatnya untuk menggunakan produk yang tersedia, karena mereka puas dengan kelengkapan fasilitas pendukungnya. Ini berarti, sarana penunjang yang memadai menjadi alasan kuat bagi pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang terdekat..
 - c. Ketika pelanggan merasakan manfaat atau nilai positif yang signifikan setelah menggunakan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan merekomendasikannya kepada teman dan keluarga. Ini berarti, pengalaman yang memuaskan dan nilai tambah yang jelas dirasakan oleh pelanggan menjadi pendorong utama bagi mereka untuk tidak hanya kembali, tetapi juga untuk berbagi pengalaman positif tersebut dan merekomendasikan kepada orang lain di lingkaran sosial mereka.

2.2 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.

Skripsi ini disusun lewat berbagai tahapan yang cukup panjang. Mulai dari gimana kami ngebentuk masalah penelitian, terus ngumpulin teori-teori yang relevan, ngumpulin data di lapangan, sampai akhirnya menganalisis semua data itu buat narik kesimpulan.

Nah, biar pembaca bisa dapet gambaran yang jelas dan runtut tentang isi skripsi ini, kami sengaja bikin pemetaan (mapping) skripsi. Tujuannya sih biar gampang ngerti alur pembahasannya dan tahu setiap bab itu nyumbang apa aja buat nyelesain tujuan pembuatan skripsi ini.

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link artikel ojs, nama jurnal	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil/kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Atika Fitriani, Sarifah Aini Hasibuan, Melki Wijaya dan Agustiawan, 2024, Kajian Literature : Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen.	https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2591 , CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis	Studi ini saya jalankan dengan tujuan menggali dan menganalisis peran Etika Bisnis dalam membangun kepercayaan serta kepuasan konsumen.	Saya menggunakan Metode <i>Systematic Literature Review</i> (SLR) dalam penelitian ini, dan fokusnya adalah menganalisis jurnal-jurnal yang terbit dari tahun 2014 hingga 2023.	Dari riset yang saya lakukan, terungkap bahwa etika bisnis memberikan pengaruh positif pada kepercayaan konsumen, dan juga berdampak positif pada kepuasan mereka.	1. Membahas variabel Pengaruh Etika Bisnis dalam dan kepuasan konsumen .	1. Tidak membahas variable kinerja karyawan, dan loyalitas konsumen 2. jenis penelitian: deskriptif kuantitatif 3. Sumber data: data primer dan data sekunder

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link artikel ojs, nama jurnal	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil/kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
2	Tuti' Nadhifah, dan M Adhitya Wardhanab, 2023, Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Anggota Bmt Di Kecamatan Pucakwangi .	https://ejr.umku.ac.id/index.php/JEISA/article/view/1974 , Jurnal Ekonomi Syariah dan Akuntansi	Penelitian yang saya lakukan ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana penerapan etika bisnis memengaruhi kepuasan anggota BMT di Kecamatan Pucakwangi.	Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara, dan dokumentasi langsung dari anggota BMT di Kecamatan Pucakwangi.	Dari riset yang saya lakukan, terbukti bahwa kualitas layanan memegang peranan krusial dalam mempengaruhi keputusan anggota atau nasabah BMT untuk menggunakan layanan keuangan di Kecamatan Pucakwangi	1. Membahas variabel etika bisnis, kepuasan anggota	1. Tidak membahas variable kinerja karyawan, dan loyalitas konsumen 2. jenis penelitian: deskriptif kuantitatif 3. Sumber data: data primer dan data sekunder 4. Teknik analisis data: Metode analisis statistik deskriptif dan Uji hipotesis dengan analisis linear sederhana.

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link artikel ojs, nama jurnal	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil/kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
3	Muhammad Ridwan Ramadani, 2022, Tata Pelayanan serta Loyalitas Pegawai terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BRI KK Bukit Raya.	https://doi.org/10.37859/abdimasekodiksosiora.v2i2.4108 Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, dan Sosial Humaniora	Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi apakah kualitas pelayanan dan loyalitas karyawan memiliki dampak terhadap kepuasan nasabah di PT. BRI KK Bukit Raya .	Untuk melaksanakan kegiatan ini, saya menggunakan metode partisipatif. Saya ikut terjun langsung bekerja di BRI KK Bukit Raya supaya bisa merasakan sendiri bagaimana kondisi dunia kerja di sana. Selain itu, saya juga melakukan pengamatan dengan cermat terhadap aktivitas pegawai yang melayani nasabah, barulah setelah itu saya menerapkannya langsung saat jam operasional bank.	Berdasarkan pengalaman saya selama kegiatan ini, saya berpendapat bahwa sistem pelayanan dan tingkat loyalitas terhadap nasabah di BRI KK Bukit Raya sudah cukup baik dalam menyediakan layanan yang relevan dengan keperluan mereka.	1. Membahas variabel loyalitas karyawan 2. Sumber data: data primer.	1. Tidak membahas variabel etika bisnis, kinerja karyawan,

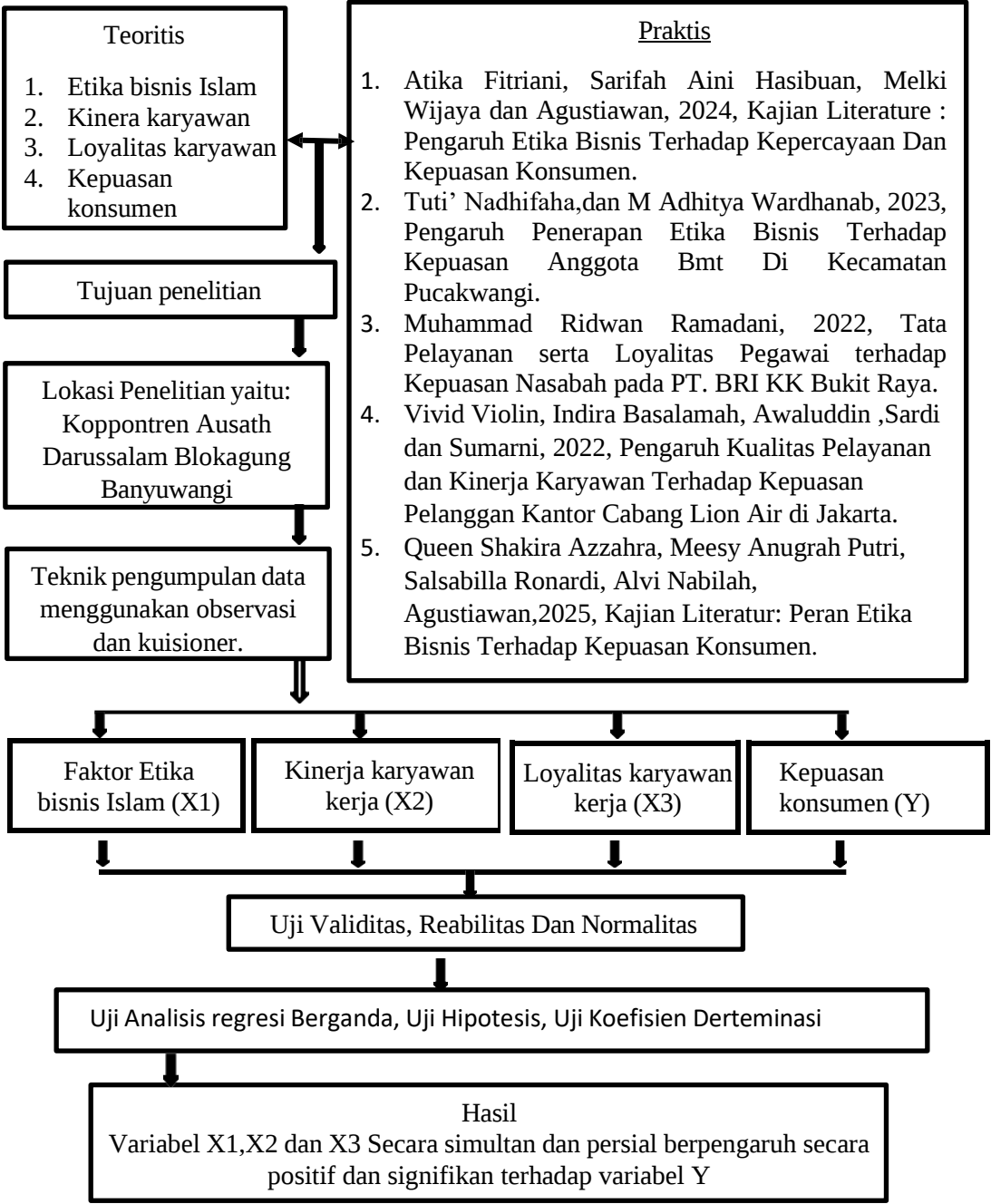
No.	Nama, Tahun, Judul Peneliti	Link artikel ojs, nama jurnal	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil/kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
4	Vivid Violin, Indira Basalamah, Awaluddin, Sardi dan Sumarni, 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Cabang Lion Air di Jakarta.	https://doi.org/10.37531/ecotal.v3i1.118 , Economics and Digital Business Review	Penelitian ini saya lakukan untuk menganalisis dampak kinerja karyawan di Kantor Cabang Lion Air Jakarta.	Riset ini menggunakan analisis regresi linear berganda serta koefisien determinasi sebagai alat utama. Proses pengambilan data melibatkan wawancara, pengamatan langsung, dan studi dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari jenis kualitatif dan kuantitatif.	Kantor Cabang Lion Air Jakarta telah menerapkan standar kualitas layanan, tetapi masih ada beberapa aspek yang belum memenuhi harapan pengguna. Hambatan utama meliputi masalah kemacetan lalu lintas bagi staf pelayanan dan kekurangan sarana prasarana. Selain itu, meskipun fasilitas pendukung seperti komputer, kamera, dan kendaraan sudah cukup, Lion Air Cabang Jakarta masih kekurangan staf pelayanan	1. Membahas variabel kinerja karyawan 2. Metode penelitian: penelitian kuantitatif. 3. Sumber data: data primer. 4. Teknik analisis data: analisis regresi linier berganda.	1. Tidak Membahas variabel etika bisnis, loyalitas karyawan 2. teknik penentuan sampel: purposive sampling.

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link artikel ojs, nama jurnal	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil/kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
5	Queen Shakira Azzahra, Meesy Anugrah Putri, Salsabilla Ronardi, Alvi Nabilah, Agustiawan, 2025, Kajian Literatur: Peran Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen.	https://doi.org/10.69714/ajz6q65 , Jurnal Ilmiah Akuntansi	Penelitian ini saya lakukan untuk menganalisis peran etika bisnis terhadap kepuasan konsumen melalui penelaahan berbagai literatur yang relevan. Etika bisnis sendiri mencakup prinsip-prinsip moral yang diterapkan dalam kegiatan perusahaan, seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi	Dalam penelitian ini, saya menggunakan metode kajian literatur. Sumber datanya saya ambil dari jurnal ilmiah agar bisa mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana etika bisnis berperan dalam kepuasan konsumen .	Hasil kajian yang saya lakukan menunjukkan bahwa menerapkan etika bisnis dengan baik bisa meningkatkan kepercayaan konsumen, membangun loyalitas, dan membentuk persepsi positif terhadap Perusahaan.	1. Membahas etika bisnis terhadap kepuasan konsumen	1. Tidak Membahas variabel kinerja karyawan, loyalitas karyawan

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link artikel ojs, nama jurnal	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil/kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
6	Ahmad Agus Munandar.2025. Pengaruh Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, Loyalitas Karyawan, Terhadap Kepuasan Anggota Di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi		Penelitian ini saya lakukan untuk menganalisis pengaruh penerapan prinsip etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan terhadap kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi	Dalam penelitian ini, saya menggunakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Data primer saya peroleh dengan menyebarkan kuesioner berskala Likert kepada responden. Untuk analisis data, saya memakai regresi linear berganda dan melakukan pengujian hipotesis. Metode pengambilan sampel yang saya gunakan adalah <i>simple random sampling</i> , dengan anggota Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi sebagai sampel penelitiannya	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan semuanya memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi Islami. Selain itu, ketiga faktor ini etika bisnis, kinerja karyawan, dan loyalitas konsumensecara bersama-sama juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi		

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual
Sumber: Data primer yang telah diolah, 2025

2.4 *Hipotesis Penelitian*

Berikut ini adalah beberapa contoh hipotesis yang bisa diajukan untuk meneliti bagaimana etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan mempengaruhi kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi. Hipotesis-hipotesis ini nantinya akan diuji kebenarannya menggunakan data dan metode analisis statistik.

Menurut Sugiyono (2011:64), hipotesis itu semacam dugaan awal atau jawaban sementara untuk pertanyaan penelitian yang sudah kita buat. Dengan berpegang pada dasar teori dan kerangka pemikiran yang sudah dibangun, hipotesis yang akan saya uji dalam riset ini adalah sebagai berikut: (Nisa, 2019)

- a. H01: Etika Bisnis Islam tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Ha1: Etika Bisnis Islam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b. H02: Kinerja karyawan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Ha2: Kinerja karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- c. H03: Loyalitas karyawan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Ha3: Loyalitas karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- d. H04: Etika Bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Ha4: Etika Bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 *Jenis Penelitian*

Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, sebuah metode yang melibatkan pengumpulan data berupa angka atau informasi verbal yang kemudian diubah menjadi format numerik. Data numerik ini selanjutnya akan diproses dan dianalisis untuk mengungkapkan informasi ilmiah yang terkandung di dalamnya (Siahaan et al., 2024). Melalui penelitian ini, kami berharap dapat mengetahui dampak Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, dan Loyalitas Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen di Koppondren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi.

3.2 *Waktu Dan Tempat Penelitian*

3.2.1. Waktu Penelitian

Menurut Sugiyono, tidak ada patokan pasti mengenai berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan sebuah penelitian. Lamanya suatu riset sangat bergantung pada beberapa faktor, seperti ketersediaan sumber data dan tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian itu sendiri. Selain itu, cakupan atau lingkup penelitian serta bagaimana peneliti mengelola alokasi waktunya juga turut menentukan durasi keseluruhan proses riset. (Putra & Sugiyono, 2022)

Untuk penelitian ini, dibutuhkan enam bulan. Dua bulan pertama yaitu januari dan februari digunakan untuk observasi untuk menyusun proposal dan seminar proposal; dua bulan berikutnya yaitu maret april digunakan untuk melakukan tahapan penelitian, yaitu penggalian dan analisis data; dan dua bulan terakhir yaitu mei juni digunakan untuk konsultasi skripsi dan laporan hasil penelitian.

3.2.2. Tempat Penelitian

Studi ini mengambil lokasi di Koppondren Ausath, yang merupakan bagian dari kompleks Pondok Pesantren Darussalam Blokagung. Alamat lengkapnya berada di Rt 002 Rw 004, Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi, Jawa Timur.

3.3 *Populasi Dan Sampel Penelitian*

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2011:80), populasi itu adalah seluruh lingkup generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik khusus yang sudah peneliti tentukan. Nah, dari populasi inilah penelitian dilakukan dan kesimpulan ditarik. Dalam studi ini, populasi yang saya teliti sifatnya tidak terbatas.(Sugiono, 2024)

3.3.2. Sampel

Mengingat populasi dalam penelitian ini cukup besar, saya perlu menggunakan teknik pengambilan sampel agar proses pengumpulan data jadi lebih mudah. Seperti yang dijelaskan (Abdullah, 2022), sampel itu adalah sebagian kecil dari populasi yang karakteristiknya mirip. Pengambilan sampel ini jadi solusi yang pas kalau saya punya keterbatasan dana, waktu, atau tenaga untuk menjangkau semua populasi. Dalam studi ini, saya mengambil 65 orang sebagai sampel, jumlah yang menurut saya sudah bisa mewakili keseluruhan populasi.

3.4 *Teknik Pengambilan Sampel*

Variabel penelitian itu pada dasarnya adalah karakteristik atau sifat dari sekumpulan objek yang sedang kita teliti. Sifat atau karakteristik ini yang kemudian menunjukkan perbedaan. Untuk memilih sampel, saya menerapkan teknik *non-probability sampling*, khususnya metode *purposive sampling*. Ini berarti saya memilih objek berdasarkan kriteria atau tujuan tertentu yang relevan dengan penelitian. Teknik ini saya pilih karena pengambilan sampelnya dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria yang sudah saya tetapkan. Kriterianya adalah konsumen Koppondren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi yang sudah belanja minimal dua kali dalam satu bulan terakhir. Seluruh populasi konsumen Koppondren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi yang memenuhi kriteria tersebut, yaitu sebanyak 65 konsumen, dijadikan sebagai responden penelitian.

3.5 *Variabel Penelitian*

Variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai karakteristik atau atribut dari sekumpulan objek yang sedang

diteliti. Atribut atau sifat inilah yang kemudian menggambarkan perbedaan antara satu objek dengan yang lainnya di dalam kelompok tersebut. Bentuk variabel ini bisa bermacam-macam, tergantung pada bagaimana satu variabel berinteraksi dengan variabel lainnya, antara lain:(Fatchur et al., 2017)

- a. Dalam penelitian, variabel independen adalah elemen kunci yang perannya krusial. Variabel ini, yang sering disimbolkan dengan huruf "X", memiliki kemampuan untuk memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain. Dengan kata lain, variabel independen adalah pemicu atau faktor penentu dalam suatu hubungan kausalitas.
- b. Adapun variabel dependen adalah variabel yang terpengaruh atau muncul sebagai efek dari adanya perubahan pada variabel independen. Biasanya dilambangkan dengan "Y", variabel ini menunjukkan hasil atau reaksi terhadap variabel bebas yang sedang diteliti.
- c. Penelitian ini menganalisis empat variabel utama. Tiga di antaranya adalah variabel independen (bebas), meliputi: Etika Bisnis Islam (X1), Kinerja Karyawan (X2), dan Loyalitas Karyawan (X3). Sementara itu, Kepuasan Konsumen (Y) bertindak sebagai variabel dependen (terikat). Dalam konteks ini, partisipasi anggota akan menjadi indikator kunci untuk memahami sejauh mana variabel-variabel bebas tersebut memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Pada dasarnya, variabel penelitian adalah semua karakteristik yang membedakan satu objek dengan objek lain dalam kelompok yang sedang diteliti. Berdasarkan bagaimana dua variabel ini saling berhubungan, ada berbagai jenis variabel yang bisa muncul. Sebagai contoh, menurut (Umar, 2014).

- a. Variabel independen, atau yang juga dikenal sebagai variabel bebas, adalah faktor yang memicu perubahan atau memberikan dampak pada variabel lain dalam suatu penelitian. Ini adalah elemen yang saya manipulasi atau amati untuk melihat efeknya.
- b. Variabel terikat, atau yang sering disebut variabel dependen, adalah variabel yang menerima pengaruh dari variabel bebas. Variabel ini umumnya dilambangkan dengan huruf "Y".
- c. Penelitian ini menganalisis empat variabel kunci. Tiga di antaranya berfungsi sebagai variabel independen, yaitu Etika

Bisnis Islam (X1), Kinerja Karyawan (X2), dan Loyalitas Karyawan (X3). Sementara itu, Kepuasan Konsumen (Y) berperan sebagai variabel dependen. Dengan kata lain, Kepuasan Konsumen digunakan sebagai indikator untuk mengukur pengaruh Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, dan Loyalitas Karyawan terhadap persepsi konsumen.

3.6 Uji Validitas, Reabilitas Dan Normalitas

3.6.1 Uji Validitas

Validitas data adalah hal yang penting banget dalam penelitian. Sebuah data bisa dibilang valid kalau pertanyaan di kuesionernya benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Buat memastikannya, setiap pertanyaan diuji terhadap variabel yang relevan untuk melihat seberapa tepat pertanyaan itu. Tujuan utama dari uji validitas ini adalah untuk menilai sejauh mana alat ukur bisa berfungsi secara akurat. Singkatnya, instrumen itu valid kalau dia benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur dan menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. (Umar, 2014).

Dalam rangka memastikan keabsahan data, kami melakukan uji validitas pada setiap butir kuesioner. Tingkat validitas kuesioner ditentukan menggunakan metode Korelasi Produk Momen Pearson, sebuah teknik yang mengukur hubungan antara skor setiap item pertanyaan dengan skor total keseluruhan. Validitas data dianalisis menggunakan software IBM SPSS Statistics versi 26. Penentuan validitas didasarkan pada perbandingan nilai r hitung dengan rtabel: jika r hitung melebihi rtabel dan memiliki nilai positif, maka item tersebut dianggap valid, sebaliknya akan dinyatakan tidak valid (Alhamdi, 2018). Selain itu, hasil perhitungan juga dibandingkan dengan nilai kritis pada tabel r, dengan mempertimbangkan tingkat signifikansi 5% dan jumlah sampel yang digunakan; jika nilai korelasi produk momen melebihi nilai kritis, instrumen dianggap valid, dan jika kurang, maka tidak valid. (Nurul Hidayatul M et al., 2023).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ali Mauludi (2013:198), reliabilitas itu

artinya seberapa bisa dipercaya dan konsisten sebuah alat ukur. Jadi, instrumen penelitian harus bisa jadi sumber data yang valid karena kualitasnya bagus. Instrumen yang baik tidak akan bikin responden memberikan jawaban yang bias. Makanya, instrumen yang reliable pasti akan selalu menghasilkan data yang bisa dipercaya dan konsisten.

3.6.3 Uji Normalitas

Uji distribusi normal itu langkah penting banget buat memastikan apakah data yang kita punya mengikuti pola distribusi normal. Tujuannya supaya data tersebut layak dipakai dalam analisis statistik parametrik. Gampangnya, uji normalitas ini berfungsi untuk memastikan apakah sebaran data suatu variabel itu normal atau enggak, karena ini sangat menentukan jenis analisis statistik lanjutan yang bisa kita pakai.

Untuk menguji normalitas data, kita bisa menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov yang dilengkapi dengan analisis Kurva P-P Plot. (Nurul Hidayatul M et al., 2023). keputusan dalam uji ini mengacu pada kriteria yang telah ditetapkan oleh pendekatan Kolmogorov-Smirnov:

1. Nilai sig. atau signifikan atau nilai probabilitas < 0,05 distribusi data adalah tidak normal.
2. Nilai sig. atau signifikan atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi data normal.

3.7 *Data Dan Sumber Data*

3.7.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini, saya menggunakan data primer dan data sekunder sebagai sumber informasi.

1. Data primer

Data primer adalah informasi yang saya dapatkan langsung dari sumber utamanya. Umumnya, ini berarti saya memperolehnya dari individu yang kompeten atau sangat terkait dengan bahasan penelitian. Saya mengumpulkan data ini secara spesifik untuk menjawab pertanyaan riset dalam studi ini, selaras dengan pandangan Indriantoro dan Supomo (2002:146). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung

melalui:(Azhary, 2020)

a. Survei

Menurut Sugiyono (2011:6), metode survei merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari lingkungan alami. Meskipun data diambil dari kondisi yang ada, peneliti tetap memiliki peran aktif melalui intervensi dalam proses pengumpulan data. Intervensi ini dapat berupa penyebaran kuesioner, pelaksanaan tes, wawancara terstruktur, atau metode lain yang serupa.

b. Teknik penyebaran angket/kuesioner

Angket itu sebenarnya kumpulan pertanyaan tertulis yang sudah disiapkan lebih dulu untuk dijawab oleh responden terpilih. Instrumen ini jadi metode pengumpulan data yang efektif, apalagi kalau kita sebagai peneliti sudah paham betul informasi apa yang dibutuhkan dan bagaimana cara mengukur variabel yang diteliti. (Suharso, 2019).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang saya peroleh secara tidak langsung, yaitu melalui pihak ketiga atau media perantara. Ini berarti data tersebut telah dicatat oleh pihak lain sebelum saya menggunakannya. Umumnya, data sekunder tersedia dalam format dokumen, laporan, atau catatan historis yang bisa ditemukan di arsip, baik yang sudah diterbitkan maupun yang belum.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

1. Survei

Menurut Tika (2005:44), observasi atau survei lapangan merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap fenomena atau gejala pada objek penelitian. Teknik ini terbagi menjadi dua kategori utama: observasi langsung dan observasi tidak langsung.

Menurut Riduwan (2011:30), observasi atau survei adalah kegiatan pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk menyaksikan aktivitas yang sedang

berlangsung di lapangan. Dalam studi ini, kami menerapkan observasi langsung, yang berarti peneliti turut serta di lokasi penelitian. Tujuannya adalah untuk mengamati secara langsung kondisi dan potensi anggota di kawasan Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi.

2. Teknik penyebaran angket/kuesioner

Menurut Sugiyono (2011:12), angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penyampaian daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan jawaban berdasarkan pemahaman mereka sendiri.

Menurut Arikunto (2010:268) prosedur penyusunan angket adalah sebagai berikut:

- a. Menetapkan tujuan utama yang ingin dicapai melalui penyusunan kuesioner.
- b. Kami mengidentifikasi variabel-variabel yang akan diukur secara spesifik dalam kuesioner.
- c. Kami kemudian menguraikan setiap variabel ke dalam sub-variabel yang lebih rinci dan spesifik.
- d. Kami akan menentukan jenis data yang diperlukan, lalu menyesuaikannya dengan metode analisis yang akan digunakan.

Angket menyajikan gambaran dari respons yang diberikan oleh responden, baik yang identitasnya dirahasiakan (anonim) maupun yang dicantumkan namanya. Angket anonim punya kelebihan karena memberikan kebebasan penuh kepada responden untuk menyampaikan pendapat mereka tanpa beban.

Dalam metode survei, data primer sangat dibutuhkan, dan angket atau kuesioner menjadi instrumen utama untuk mengumpulkannya. Metode survei sendiri adalah pendekatan pengumpulan data primer yang dilakukan melalui pertanyaan, baik secara lisan maupun tertulis. Pendekatan ini menuntut interaksi langsung antara peneliti dan responden agar informasi yang diperlukan bisa didapat secara menyeluruh.

Skala pengukuran adalah sebuah konvensi yang digunakan untuk menetapkan rentang interval pada suatu alat ukur. Ketika alat ukur ini diterapkan dalam penelitian,

hasilnya akan berupa data numerik atau kuantitatif. Dalam studi ini, variabel-variabel diukur menggunakan skala Likert dengan 4 tingkatan skor (Sugiyono, 2011:92). Responden akan diberi skor berdasarkan pilihan dari empat opsi yang disediakan, dengan skor empat diberikan untuk:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor empat.
- b. Setuju (S) diberi skor tiga.
- c. Tidak Setuju (TS) mendapat skor dua.
- d. Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat skor satu.

3.9 Teknik Analisis Data

Setelah semua data dari responden terkumpul, penelitian kuantitatif ini akan langsung masuk ke tahap analisis data. Di sini, saya akan melakukan berbagai perhitungan penting untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang sudah saya rumuskan di awal.

Setelah semua data dari jawaban responden terkumpul dalam bentuk angka, langkah berikutnya adalah menganalisis data tersebut menggunakan metode spesifik, yaitu melalui:

1. Uji Analisis regresi Berganda

Dalam penelitian ini, saya menerapkan analisis regresi linear berganda untuk menentukan tingkat pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Teknik ini juga berguna untuk memperkirakan nilai variabel dependen dengan berlandaskan pada variabel-variabel independen tersebut. Setelah data dari kuesioner terkumpul sepenuhnya, proses analisis menggunakan regresi linear berganda akan dilakukan, dengan penjelasan lebih lanjut nanti:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan konsumen

a = konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien korelasi ganda

X₁ = Etika Bisnis Islam

X₂ = Kinerja Karyawan

X₃ = Loyalitas Karyawan

e = error of term

2. Uji Hipotesis

Untuk mengukur pengaruh kolektif (simultan) dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, saya akan menggunakan uji ANOVA atau F-test. Sementara itu, guna mengidentifikasi pengaruh setiap variabel independen secara individu (parsial), saya akan menerapkan uji t-statistik.

a. Uji-t (parsial)

Saya akan mengevaluasi apakah etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan memiliki pengaruh secara individual terhadap kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi.

- 1) Apabila nilai thitung lebih kecil dari ttabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima. Ini mengindikasikan bahwa etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara individual terhadap kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi.
- 2) Apabila nilai thitung lebih besar dari ttabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Ini berarti setiap variabel baik etika bisnis Islam, kinerja karyawan, maupun loyalitas karyawan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi.

b. Uji F (simultan)

Saya ingin mengetahui apakah etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan secara bersama-sama (simultan) memengaruhi kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi.

- 1) Jika Fhitung lebih kecil dari Ftabel, maka H_0 diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel seperti etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan tidak secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen secara bersamaan (simultan) di Koppontren

Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi.

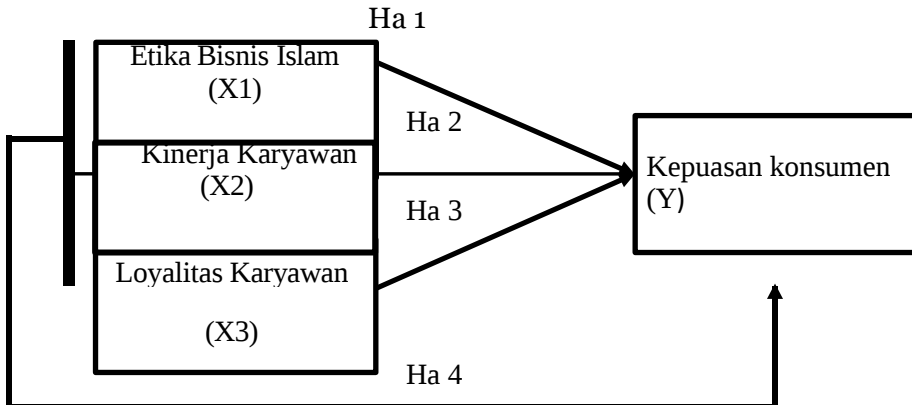
- 2) Apabila F_{hitung} melampaui F_{tabel} , maka hipotesis nol (H_0) akan ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan secara bersamaan (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi.

3. Uji Koefisien Derteminasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi pada variabel dependen. Hal ini dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik pula model yang digunakan dalam menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan terikat. Sebaliknya, nilai R^2 yang lebih kecil menunjukkan bahwa model tersebut semakin lemah dalam menjelaskan variabel berikutnya. (Nurjanah, 2022).

3.10 Kerangka Pikiran

Untuk memahami masalah yang akan dibahas, saya membutuhkan kerangka pemikiran sebagai dasar penelitian. Kerangka ini berfungsi untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu penelitian, dengan berlandaskan pada studi pustaka dan riset sebelumnya. Jadi, kerangka berpikir ini bisa digambarkan seperti ini:



Gambar 3.1 Kerangka Pikiran
 Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan gambar di atas, kita bisa menjelaskan alur logika penelitian:

- a. Etika Bisnis Islam: Karyawan yang mengerti dan mempraktikkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam akan menunjukkan tingkat tanggung jawab yang lebih tinggi dan kinerja yang lebih baik. Contohnya, mereka akan bertindak lebih jujur, adil, dan disiplin di tempat kerja, yang secara langsung meningkatkan kualitas kerja mereka.
- b. Kinerja Karyawan: karyawan yang menjalankan prinsip-prinsip etika yang benar, seperti amanah, kejujuran, dan adil, akan cenderung menunjukkan kinerja yang lebih baik. Etika yang baik dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan mendukung produktivitas yang tinggi. Sebagai contoh, karyawan yang bekerja dalam lingkungan yang menghargai nilai-nilai Islam cenderung memiliki motivasi intrinsik yang lebih kuat.
- c. Loyalitas Karyawan: Loyalitas karyawan dapat berdampak langsung pada kepuasan nasabah. Karyawan yang loyal cenderung memberikan layanan yang lebih baik, lebih responsif, dan lebih berfokus pada kebutuhan nasabah. Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaannya dan bekerja dalam lingkungan yang etis akan memperlihatkan komitmen yang lebih tinggi untuk memuaskan nasabah. Dalam Islam, pelayanan yang ikhlas dan tanpa pamrih sangat dihargai, dan hal ini dapat tercermin dalam pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

BAB 4

HASIL PENELITIAN

4.1. Deskripsi Umum Koppontren Ausath

1. Sejarah Koppontren Ausath

Koppontren Ausath, yaitu singkatan dari Koperasi Pondok Pesantren Atas Usaha Thullab, merupakan sebuah badan usaha yang bernaung di bawah manajemen Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, yang berlokasi di Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi. Uniknya, Koppontren Ausath tak hanya berfungsi sebagai lembaga ekonomi pesantren, tapi juga secara aktif mendedikasikan diri untuk mengembangkan kapasitas sumber daya manusia di sektor perkoperasian, menjadikannya wadah yang memadukan pertumbuhan ekonomi dengan peningkatan kualitas individu di lingkungan pesantren. Awal mula berdirinya Koppontren Ausath bermula dari gagasan para pengasuh dan pengurus pondok pesantren yang bertekad membentuk lembaga khusus untuk fokus pada aspek ekonomi pesantren. Tujuan utamanya adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi pesantren dan komunitas sekitarnya, serta untuk meringankan beban pengurus pendidikan agar mereka dapat lebih berkonsentrasi pada peningkatan kualitas sumber daya manusia dan mutu pendidikan. Berangkat dari visi ini, pengasuh dan pengurus Pondok Pesantren Darussalam pada tahun 1990 an bersepakat untuk mendirikan lembaga usaha ini, yang kemudian diberi nama Koppontren Ausath.

Pada perkembangannya, atas inisiatif para pengasuh, Koppontren Ausath resmi didaftarkan ke instansi pemerintah pada tahun 1994 untuk mendapatkan legalitas dan izin operasional sebagai badan hukum. Sejak Februari 1994, Koppontren Ausath secara resmi mengukuhkan diri sebagai koperasi berbadan hukum dengan Akta Nomor 7762/BH/II/1994. Lebih dari sekadar entitas ekonomi, lembaga ini turut berfungsi sebagai sarana edukasi koperasi yang vital bagi para santri, membekali mereka dengan pengetahuan dan pengalaman praktis dalam dunia perkoperasian. Koppontren Ausath pun menjadi wadah ganda

yang tak hanya mendorong pemberdayaan ekonomi di lingkungan pesantren, tetapi juga secara aktif membentuk pemahaman koperasi di kalangan anggotanya. Hal ini sejalan dengan keinginan pesantren yang bukan hanya berfokus pada pembelajaran agama, akan tetapi juga berupaya membentuk santri agar mandiri, memiliki keterampilan bisnis, bermental kuat, serta mampu mengelola organisasi atau perusahaan secara profesional. Kemampuan ini krusial agar santri siap menghadapi tantangan di era globalisasi. Lebih lanjut, Koppontren Ausath bertekad agar memberikan kualitas sumber daya manusia yang lebih maksimal demi terwujudnya masyarakat yang damai, sejahtera, dan memiliki kehidupan yang layak.

2. Identitas Koppontren Ausath

- a. Nama Koperasi : KOPPONTREN AUSATH
- b. Alamat : Pondok Pesantren Darussalam
Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur.
- c. Rt : 002
- d. Rw : 004
- e. Tanggal Berdiri : 1 Juni 1994
- f. Nomor Badan Hukum : 7762/BH/II/1994
- g. Telpon : 0333-847162, 082-333-788-188
- h. Fax : 0333- 847 124
- i. Email : koppontrenausath94@gmail.com
- j. Usaha : Produksi, Perdagangan dan Jasa
- k. Ketua Koppontren : Dr. KH. AHMAD MUNIB
SYAFA“AT. Lc., M.E.I
- l. Produk Unggulan : Produksi Roti Bakery

3. Perijinan Usaha

- a. NIK : No : 3510230030001
- b. NIB : No : 1207220024228
- c. NPWP : No : 02.268.240.5-627.000
- d. TDP : PEM-
2246/WPJ.12/KP.0803/2006

4. Kelembagaan

Koppontren Ausath adalah sebuah koperasi yang berada di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Darussalam. Dalam operasionalnya, koperasi ini tidak menggunakan struktur General Manager (GM). Sebagai gantinya, Koppontren Ausath menunjuk beberapa manajer yang masing-masing bertanggung jawab atas unit usaha spesifik. Para manajer ini bekerja langsung di bawah pengawasan kolektif para pengurus. Sistem ini dipilih karena adanya tantangan dalam mencari seorang General Manager yang tidak hanya profesional, tetapi juga memiliki pemahaman menyeluruh tentang seluruh bidang usaha koperasi.

Mengingat peran krusial Rapat Anggota sebagai pengendali dan penentu arah operasional, Koppontren Ausath secara rutin menyelenggarakan Rapat Anggota setiap akhir tahun buku.

Rapat Anggota Tahunan (RAT) Koppontren selalu dihadiri oleh pejabat koperasi tingkat kabupaten. Selain membahas program dan laporan, pada kesempatan tersebut pengurus juga memanfaatkan kehadiran pejabat untuk memperoleh arahan dan bimbingan.

5. Visi dan Misi Koppontren Ausath

a. Visi

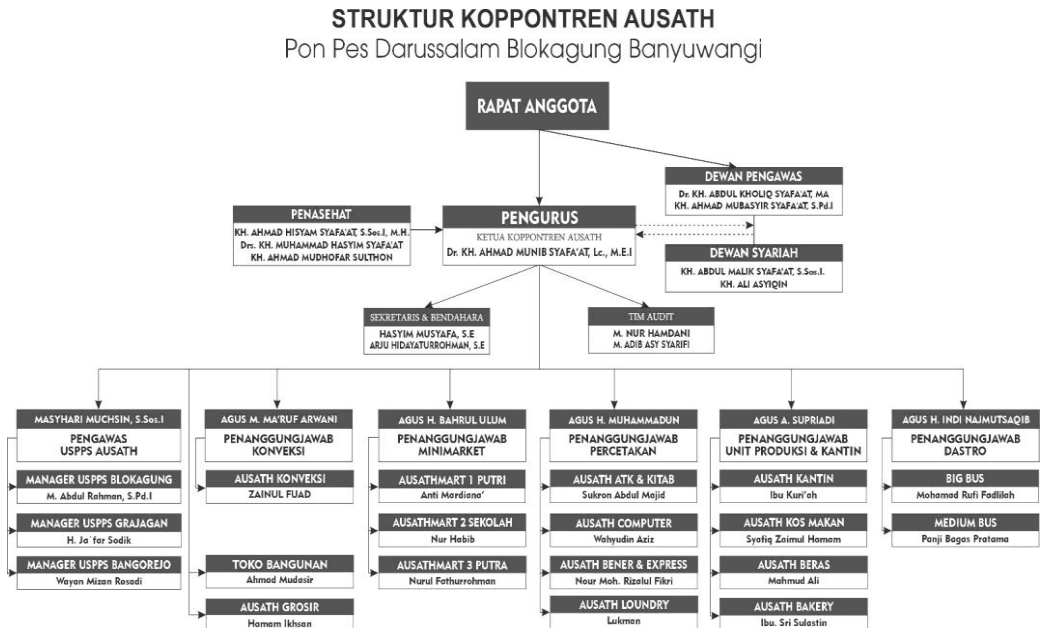
Menjadi koperasi yang menjadi contoh terbaik dalam membangun ekonomi umat dengan sikap amanah, adil, dan bermanfaat, serta mampu meningkatkan kesejahteraan sebanyak mungkin masyarakat (rahmatan lil 'alamiin) dan memberikan dampak positif baik pada dunia dan juga di akhirat.

b. Misi

1. Memberikan layanan ekonomi kepada santri dan masyarakat.
2. Memenuhi berbagai kebutuhan ibadah, perlengkapan kantor, sekolah, serta kebutuhan rumah tangga.
3. Menyediakan layanan simpan pinjam berbasis syariah.
4. Kami juga menawarkan beragam produk kerajinan bernuansa Islami.
5. Menyediakan fasilitas edukasi dan pelatihan di bidang

ekonomi.

6. Stuktur Koppontren Ausath.



Gambar 4.1 Struktur Koppontren Ausath

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

1. PERSONALIA KOPPONTREN AUSATH

a. PEMBINA

Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten
Banyuwangi

b. DEWAN PENASEHAT

KH. Ahmad Hisyam Syafa'at, S.Sos.I, MH

KH. Drs. Muhammad Hasyim Syafa'at KH. Ahmad Mudhofar
Sulthon

c. PENGAWAS

Dr. KH. Abdul Kholiq Syafa'at, MA

KH. Ahmad Mubasyir Syafa'at, S.Pd.I

d. DEWAN SYARI'AH

KH. Abdul Malik Syafa'at, S.Sos.I,

KH. Aly Asyiqin

e. PENGURUS

Ketua : Dr. KH. AHMAD MUNIB SYAFA'AT, Lc., M.E.I.
Sekretaris : ARJU HIDAYATURROHMAN, S.E.
Bendahara : HASYIM MUSYafa, S.E.

f. TIM AUDIT

M. Nur Hamdani
M. Adib Asy Syarifi

g. UNIT-UNIT

1. USPPS (Unit Simpan Pinjam Pola Syariah)

PENGAWAS USPPS : MASYHARI MUCHSIN,
S.Sos.I

a. USPPS BLOKAGUNG

Manager I : M. Abdul Rahman, S.Pd.I
Admin dan Akutansi : Hasyim Asyari, S.Pd.I
Kasir : Lu'luul Farida, S.E
AO. Pembiayaan : M. Ali Makrus
AO. Pembiayaan : Andiriyanto. S.E
AO. Tabungan 1 : Indah Nur Hasanah
AO. Tabungan 2 : Ma'rifatun Ni'mah
Kasir Biro Putra : Abdul Rohim, S.E Kasir
Pondok Putra : Syaiful Rizal Kasir Biro
Putri : Khiliatul Jannah
Kasir Putri Utara : Aizni Himmatul Ulya, S.E

2. UNIT MINIMARKET

PENANGGUNG JAWAB : AGUS H.M. BAHARUL ULUM
MUBAROK

a. AUSATHMART 1 PUTRI

Kepala Unit : Anti Mardiana
Staf Gudang : Dina Lutpiyana
Kasir : Lailatul Rohmah
: Ula Izatul Aini

b. AUSATHMART 2 SEKOLAH

Kepala Unit : Nur Habib. S.E
Staf Gudang : Ahmad Hanif
Nursalim. S.E
Kasir Putra : M. Ridho Pramudya.

S.E

Kasir Putri

: Jihan Maulida

: Umi Latifah. S.Pd

c. AUSATHMART 3 PUTRA

Kepala Unit

: Nurul Fathurrohman

Staf Gudang

: Dede Kurniawan. S.E

Kasir

: Ahmad Afifur

Rohman

3. UNIT PERCATAKAN

PENANGGUNGJAWAB

: AGUS H.

MAHAMMADUN

a. AUSATH ATK DAN KITAB

Kepala Unit

: Sukron Abdul Hamid

Kasir

: Ahmad Toha Munir

: Muh. Fadli Reza
Prasetya

b. AUSATH KOMPUTER

Kepala Unit

: Wahyudin Aziz

Operator

: Adi Suseno

c. AUSATH BENER

Kepala Unit

: Nur Muh. Rijalul fikri

Staf Cetak

: M. Hilmi Alfian

: Ahmad Riza Azizi

Kasir

: M. Tamamul Faizi

: Ahmad Qusyairi

4. UNIT KANTIN DAN KOST MAKAN

PENANGGUNGJAWAB : AGUS H. AHMAD SUPRIADI

a. AUSATH KANTIN

Kepala Unit

: Ibu Kuri'ah

Staf Dapur

: Ibu Nur

: Ibu Zubaidah

Kasir

: Ibnu Abdillah

: Nauval Rohman

b. AUSATH KANTIN SUMBERKEMBANG

- | | |
|-------------|-----------------------|
| Kepala Unit | : Ariski Kofansah |
| Kasir | : Ilham Andi |
| Kurniawan | : Ahmad Altuf Baihaqi |
- c. AUSATH KOST MAKAN
- | | |
|---------------|------------------|
| Kepala Unit | : Syafiq Za'imul |
| Hamam | |
| Admin Kost | : Ayub Zakariya |
| Penjaga Absen | : Ali Murtadlo |
- d. AUSATH BERAS
- | | |
|-------------|-------------------|
| Kepala Staf | : Mahmud Ali |
| Kurir | : Islakhul Khafid |
| Ashari | |
- e. AUSATH BAKERY
- | | |
|-------------|---------------------|
| Kepala Unit | : Sri Sulastin |
| Staf Dapur | : Mar'atus Sholihah |
| Kurir | : Siti Munadiroh |
5. UNIT PERTOKOAN
- | | |
|-----------------|-------------|
| PENANGGUNGJAWAB | : AGUS MUH. |
| MA'RUF ARWANI | |
- a. AUSATH KONVEKSI
- | | |
|---------------|-----------------|
| Kepala Unit | : Zainul Fuad |
| Staf Produksi | : Abdul Malik |
| | : Subhan Sofyan |
| | : Ali Masykur |
6. UNIT DARUSSALAM TRASPORT
- | | |
|-----------------|----------------|
| PENANGGUNGJAWAB | : AGUS H. INDI |
| NAJMUTSAQIB | |
- a. BIG BUS
- | | |
|-------------|----------------|
| Kepala Unit | : Mohamad Rufi |
| Fadlilah | |
- b. MEDIUM BUS
- | | |
|-------------|-----------------------|
| Kepala Unit | : Panji Bagas Pratama |
| Staf | : Riza Azizi |
7. UNIT PERTOKOAN PENANGGUNGJAWAB :
- a. TOKO BANGUNAN

Kepala Unit	: Ahmad Mudasir
Admin	: Saiful Amin
Kasir	: Ahmad Mudzakir
Kurir	: Muh. Habib Zamrozi
	: M. Hadik Fuadi

Mahsun

Staf Produksi Batako	: Jemadi
----------------------	----------

b. AUSATH GROSIR

Kelapa Unit	: Hamam Ikhsan
-------------	----------------

Kasir	: Liulin Ni'mah
-------	-----------------

Kurir	: M. Tri Haryanto
-------	-------------------

	: Muhamad Si'arudin
--	---------------------

	: Amirudin Hamzah
--	-------------------

8. BIDANG USAHA

Hingga saat ini, Kopontren Ausath baru berhasil mengembangkan usahanya di sektor perdagangan, mencakup jual beli barang maupun jasa. Meski demikian, para pengurus terus berupaya keras agar koperasi ini dapat merambah sektor produksi, baik itu industri rumahan berskala kecil maupun produksi berskala tinggi. Ada juga unit usaha yang saat ini beroperasi di Kopontren Ausath meliputi:

a. Unit Kantin

Kantin pesantren ini berfungsi sebagai pusat distribusi kebutuhan pangan, menawarkan beragam pilihan makanan dan minuman untuk melayani santri, masyarakat, dan anggota koperasi. Kantin ini menyediakan berbagai produk makanan, mulai dari makanan ringan (Mamiri) hingga makanan berat (Mamirat). Selain itu, mereka juga menawarkan layanan katering untuk beragam acara, baik bagi karyawan Yayasan Darussalam maupun masyarakat sekitar, menunjukkan peran gandanya sebagai penyedia

kebutuhan sehari-hari sekaligus mitra untuk acara khusus.

b. Kos Makan

Unit usaha Kost Makan beroperasi di sektor jasa boga, menyediakan kebutuhan pokok makan bagi santri setiap pagi dan sore. Dalam menjalankan operasionalnya, unit ini bekerja sama dengan pihak pesantren terkait pengelolaan santri yang menginap dan proses pembayarannya.

c. Unit Warnet Komputer

Perkembangan pesat dalam informasi dan teknologi memotivasi para santri untuk senantiasa mengikuti kemajuan terkini. Hal ini meningkatkan minat santri terhadap pengetahuan ilmu komputer, yang kemudian memicu Koppontren untuk menyediakan fasilitas komputasi bagi anggotanya. Saat ini, unit usaha ini berfokus pada pendidikan/kursus komputer, layanan rental, dan pengetikan. Untuk terus meningkatkan kualitas layanan, kami telah memperluas cakupan usaha dengan menambahkan unit yang berfokus pada layanan internet serta penyediaan beragam aksesoris dan perlengkapan komputer. Unit ini bahkan menawarkan pemesanan khusus untuk komputer, *notebook*, atau *laptop* dari berbagai merek dengan harga yang kompetitif, memastikan pelanggan mendapatkan pilihan yang sesuai kebutuhan dan anggaran.

d. Unit ATK dan Toko Kitab

Unit Alat Tulis Kantor (ATK) di Koppontren AUSATH merupakan pusat penyedia beragam perlengkapan untuk sekolah dan kantor. Koleksi produknya sangat bervariasi, mulai dari buku, kitab, novel, perlengkapan pramuka, alat tulis, hingga aksesoris perkantoran. Mengikuti perkembangan kebutuhan, unit ini juga telah

memperluas layanannya dengan menawarkan jasa laminating, pengetikan, *printing*, cetak foto, penjilidan, dan fotokopi, serta layanan-layanan pendukung lainnya.

e. Unit Toko Grosir Sembako

Koppontren tergerak untuk memberikan bermacam bahan pokok dalam sekala besar dengan harga grosir yang bersaing, menyadari bahwa kebutuhan konsumsi esensial sehari-hari ini memiliki pangsa pasar signifikan di Yayasan Pondok Pesantren dan masyarakat sekitar, yang saat ini didominasi oleh pertokoan dan warung makan. Unit grosir sembako ini adalah wujud nyata upaya Koppontren Ausath dalam memenuhi kebutuhan pokok serta beragam kebutuhan sekunder bagi rumah tangga.

f. Unit Konveksi

Unit usaha ini berkonsentrasi pada penyediaan seragam dan jasa jahit-menjahit. Prospeknya menjanjikan, terutama karena adanya pesanan seragam rutin setiap tahun dari berbagai institusi di bawah Yayasan Pondok Pesantren Darussalam. Selain menjahit, badan ini juga memproduksi songkok santri dan menyelenggarakan kursus menjahit.

g. Unit Usaha Minimarket

Untuk meningkatkan perekonomian dalam sektor retail Koppontren Ausath pada Pertengahan Tahun 2017 Mendirikan Minimarket yang di beri nama “Ausathmart”, yang myediakan berbagai macam barang dan makanan untuk melayani kebutuhan santri, masyarakat dan juga anggota dalam kebutuhan sehari-hari, ini merupakan perwujudan peningkatan dari unit usaha toko

santri kejenjang yang lebih maju dalam mengikuti perkembangan ekonomi.

h. Unit Usaha Simpan Pinjam Pola Syariah (USPPS)

Sejak tahun 2009, Koppontren mulai memperluas cakupan layanannya dengan terjun ke sektor simpan pinjam berprinsip syariah. Langkah ini merupakan bagian dari komitmen mereka untuk meningkatkan kualitas layanan dan menjajaki peluang bisnis baru demi kemajuan koperasi. Awalnya, layanan ini hanya tersedia untuk anggota. Namun, menyadari potensi pasar dan tingginya permintaan, pada awal 2009 unit simpan pinjam syariah ini mulai melayani calon anggota dan membuka kantor cabang di Curahjati, Desa Grajagan, Kecamatan Purwoharjo. Ekspansi berlanjut dengan peresmian kantor cabang di Bangorejo pada awal 2021. Selain perluasan wilayah, Unit Simpan Pinjam Pola Syariah (USPPS) AUSATH juga terus mengembangkan ragam produknya untuk memberikan kemudahan dan manfaat yang lebih besar kepada penggunaanya.

i. Unit Usaha Bakery

Saat tahun 2019 Koppontren Ausath mendirikan bagian usaha di bidang produksi yang di beri nama ausath bakery, yang memproduksi aneka macam roti untuk di pasarkan pada lingkungan pondok dan menerima pesanan untuk dihidangkan dalam berbagi acara.

j. Unit Usaha Toko Bangunan

Di awal 2012, Koppontren memperluas bisnisnya dengan meluncurkan unit bangunan. Unit baru ini berfokus pada penyediaan berbagai material dan perlengkapan yang dibutuhkan untuk konstruksi rumah dan gedung. Pembentukan unit ini menunjukkan peningkatan program usaha mereka, sekaligus menjadi respons atas saran dari

anggota Koppontren serta masukan dari dewan penasihat dan pengawas.

k. Unit Usaha Transportasi

Tingginya ketergantungan masyarakat pada sarana transportasi menciptakan peluang bisnis yang signifikan, mengingat kebutuhan konsumen akan perjalanan tidak akan pernah surut. Unit usaha Darussalam Transport didirikan berdasarkan pertimbangan ini, sekaligus untuk meningkatkan pelayanan kepada anggota. Dalam operasionalnya, Darussalam Transport melayani penyewaan berbagai jenis armada, mulai dari bus besar (*big bus*), bus sedang (*medium bus*), hingga *elf* atau *Hiace*, yang digunakan untuk perjalanan pariwisata ke berbagai destinasi.

l. Unit Usaha Cetak Banner

Unit usaha Banner adalah salah satu bagian dari divisi percetakan yang berfokus pada pencetakan bermacam size gambar atau desain untuk baliho dan spanduk. Unit ini mulai beroperasi pada akhir tahun 2021. Secara spesifik, unit cetak banner ini melayani kebutuhan pencetakan banner bagi santri dan masyarakat sekitar.

9. Karakteristik Responden

Uji deskriptif menunjukkan karakteristik responden. Penelitian ini melibatkan karyawan Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi. Data mengenai usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir responden digunakan untuk menunjukkan jumlah serta identitas partisipan dalam penelitian ini.

1. Data jumlah kuesioner yang disebarkan

Tabel 4.1 Data Sampel Penelitian

No.	Keterangan	Jumlah	Presentasi
1.	Jumlah kuisioner yang di sebar	65	100%
2.	Jumlah kuisioner yang tidak kembali	0	0%
3.	Jumlah kuisioner yang tidak dapat diolah	0	0%
4.	Jumlah kuisioner yang dapat di olah	65	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2025

2. Mendeskripsikan responden berdasarkan usia, pendidikan terakhir, dan jenis kelamin mereka.

Berikut ini disajikan hasil deskriptif mengenai karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian, yang dikategorikan berdasarkan usia, tingkat pendidikan terakhir, dan jenis kelamin mereka. Data ini memberikan gambaran awal tentang profil demografis subjek penelitian.

- a. Usia Responden

Hasil menunjukkan sebagian besar responden yang menjadi anggota Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi adalah mereka yang berusia 12 hingga 22 tahun.

Dari total 65 responden, data menunjukkan bahwa 32 responden berusia 12 hingga 15 tahun, 24 responden berusia 15 hingga 18 tahun, dan 9 responden berusia 18 hingga 22 tahun. Ini mengindikasikan bahwa mayoritas konsumen Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi berusia antara 12 hingga 18 tahun.

- b. Pendidikan Responden

Data menunjukkan bahwa mayoritas responden yang merupakan karyawan Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi memiliki latar belakang pendidikan SMA/ sederajat. Dari total 65 responden, 24 orang berpendidikan SMA/SMK, 0 orang berpendidikan Diploma, 9 orang berpendidikan Sarjana, dan 32 orang

berpendidikan Lainnya (MTS/SMP). Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi memiliki pendidikan setara SMP hingga SMA/ sederajat.

c. Jenis Kelamin

Data yang terkumpul menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi berjenis kelamin laki-laki. Dari total 65 responden, seluruhnya (65 orang) adalah laki-laki. Ini jelas mengindikasikan bahwa konsumen Koppontren Ausath sebagian besar adalah laki-laki.

4.2. Analisis Data

Setelah serangkaian penelitian lapangan dan pengumpulan data dari beragam sumber, bab ini akan fokus pada analisis data tersebut, dengan mempertimbangkan hipotesis yang telah dirumuskan di awal. Data kajian ini berasal dari kuisioner yang disebarkan kepada 65 konsumen Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi, sesuai dengan jumlah sampel yang dihitung. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan program IBM SPSS Statistics 26, fokus pada variabel independen yaitu etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan. Berikut adalah deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan program tersebut.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan metode untuk mengevaluasi seberapa tepat sebuah tes atau instrumen pengukuran dalam menjalankan perannya. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid jika secara akurat mampu mengukur apa yang menjadi target pengukurannya, atau dengan kata lain, memberikan hasil yang konsisten dengan ekspektasi peneliti. (Husein Umar, 2000:135).

Pada penelitian ini, validitas diuji menggunakan metode Pearson's Product Moment Correlation terhadap 65 responden. Hasilnya, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,205, dengan derajat kebebasan (df) sebesar 63 (didapat dari $n-2=65-2=63$) pada tingkat signifikansi (α) 5%.

Setelah ini paparkan hasil uji validitas untuk setiap butir kuesioner yang telah disebarakan kepada konsumen Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi:

Table 4.2 Uji Validitas Etika bisnis Islam (X1)

No	Item pertanyaan	Koefisien korelasi	r _{tabel} n-2=63;df=5%	Keputusan
1	X1.1.1	0,302	0,205	valid
2	X1.1.2	0,401	0,205	valid
3	X1.1.3	0,303	0,205	valid
4	X1.1.4	0,411	0,205	valid
5	X1.2.1	0,516	0,205	valid
6	X1.2.2	0,545	0,205	valid
7	X1.2.3	0,561	0,205	valid
8	X1.2.4	0,410	0,205	valid
9	X1.3.1	0,524	0,205	valid
10	X1.3.2	0,356	0,205	valid
11	X1.3.3	0,397	0,205	valid
12	X1.3.4	0,321	0,205	valid
13	X1.4.1	0,335	0,205	valid
14	X1.4.2	0,352	0,205	valid
15	X1.4.3	0,427	0,205	valid
16	X1.4.4	0,342	0,205	valid

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan atau pernyataan, mulai dari X1.1.1 hingga X1.4.4, pada variabel etika bisnis Islam (X1) telah terbukti valid.

Ini dikarenakan nilai Corrected Item-Total Correlation yang positif dan melampaui 0,205. Jika korelasi setiap faktor menunjukkan nilai positif dan melebihi ambang batas 0,205, hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel tersebut merupakan konstruk yang solid. Dengan demikian, butir-butir pernyataan etika bisnis Islam dalam kuesioner ini valid dan relevan untuk dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya.

Table 4.3 Uji Validitas Kinerja Karyawan (X2)

No	Item pertanyaan	Koefisien korelasi	rtabel n-2=63;df=5%	Keputusan
1	X2.1.1	0,480	0,205	valid
2	X2.1.2	0,466	0,205	valid
3	X2.1.3	0,408	0,205	valid
4	X2.1.4	0,542	0,205	valid
5	X2.2.1	0,436	0,205	valid
6	X2.2.2	0,425	0,205	valid
7	X2.2.3	0,486	0,205	valid
8	X2.2.4	0,507	0,205	valid
9	X2.3.1	0,547	0,205	valid
10	X2.3.2	0,666	0,205	valid
11	X2.3.3	0,410	0,205	valid

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Mengacu pada Tabel 4.3, seluruh item pertanyaan atau pernyataan untuk variabel Kinerja Karyawan (X2), dari X2.1.1 hingga X2.3.3, dinyatakan valid.

Nilai Corrected Item-Total Correlation yang positif dan melampaui 0,205 menjadi penyebabnya. Jika korelasi setiap faktor menunjukkan angka positif dan di atas 0,205, maka variabel tersebut dinilai sebagai konstruk yang kuat. Dengan demikian, butir-butir pernyataan Kinerja Karyawan dalam kuesioner ini valid dan layak menjadi referensi untuk studi mendatang.

Table 4.4 Uji Validitas Loyalitas Karyawan (X3)

No	Item pertanyaan	Koefisien korelasi	rtabel n-2=63;df=5%	Keputusan
1	X3.1.1	0,708	0,205	valid
2	X3.1.2	0,527	0,205	valid
3	X3.1.3	0,705	0,205	valid
4	X3.2.1	0,778	0,205	valid
5	X3.2.2	0,707	0,205	valid
6	X3.2.3	0,565	0,205	valid
7	X3.3.1	0,626	0,205	valid
8	X3.3.2	0,697	0,205	valid
9	X3.3.3	0,311	0,205	valid

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Mengacu pada Tabel 4.4, semua item pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan variabel Loyalitas Karyawan (X3), mulai dari X3.1.1 hingga X3.3.3, dinyatakan valid.

Nilai Corrected Item-Total Correlation yang positif dan lebih besar dari 0,205 menjadi indikatornya. Korelasi positif di atas 0,205 untuk setiap faktor menandakan bahwa variabel tersebut merupakan konstruk yang kuat. Oleh karena itu, item-item pernyataan mengenai Loyalitas Karyawan dalam kuesioner ini valid dan relevan untuk dijadikan referensi dalam studi-studi berikutnya.

Table 4.5 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

No	Item pertanyaan	Koefisien korelasi	r _{tabel} n-2=63;df=5%	Keputusan
1	Y.1.1	0,565	0,205	valid
2	Y.1.2	0,571	0,205	valid
3	Y.1.3	0,564	0,205	valid
4	Y.2.1	0,480	0,205	valid
5	Y.2.2	0,550	0,205	valid
6	Y.2.3	0,397	0,205	valid
7	Y.3.1	0,509	0,205	valid
8	Y.3.2	0,550	0,205	valid
9	Y.3.3	0,308	0,205	valid

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Mengacu pada Tabel 4.5, seluruh item pertanyaan atau pernyataan untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y), dari Y.1.1 hingga Y.3.3, terbukti valid. Hal ini didasari oleh nilai Corrected Item-Total Correlation yang positif dan melampaui 0,205. Apabila korelasi setiap faktor bernilai positif dan melebihi ambang batas tersebut, maka variabel dianggap sebagai konstruk yang kuat. Oleh karena itu, item-item pernyataan tentang Kepuasan Konsumen yang tercantum dalam kuesioner ini layak digunakan dan relevan sebagai referensi untuk studi-studi berikutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memverifikasi bahwa suatu instrumen pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten jika digunakan pada kondisi atau fenomena yang serupa di lain waktu. Berikut disajikan hasil uji reliabilitas untuk variabel Etika Bisnis Islam (X1), Kinerja Karyawan (X2), Loyalitas Karyawan (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y):

Table 4.6 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics				
No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keputusan
1.	X1	0,660	16	reliable
2.	X2	0,692	11	reliable
3.	X3	0,809	9	reliable
4.	Y	0,643	9	reliable

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Mengacu pada Tabel 4.6, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Etika Bisnis Islam (X1) adalah 0,660. Karena angka ini termasuk dalam rentang $0,60 < 0,660$, dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Merujuk pada Tabel 4.6, variabel Kinerja Karyawan (X2) memperlihatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,692. Karena nilai tersebut melampaui 0,60, dapat disimpulkan bahwa variabel ini memiliki reliabilitas yang tinggi.

Berdasarkan Tabel 4.6, variabel Loyalitas Karyawan (X3) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,809. Mengingat nilai ini melebihi 0,60, dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Merujuk pada Tabel 4.6, variabel Kepuasan Konsumen (Y) mencatatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,643. Karena nilai ini melampaui ambang batas 0,60, dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut sangat reliabel.

3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas berperan penting untuk memastikan bahwa data yang kita miliki terdistribusi secara normal, sebuah prasyarat krusial sebelum menerapkan analisis statistik parametrik. Dalam studi ini, kami memanfaatkan pendekatan

Kolmogorov-Smirnov untuk mengevaluasi normalitas distribusi data. Hasil pengujian dengan metode tersebut adalah sebagai berikut:

Table 4.7 Hasil Uji Normalitas Data dengan kolmogotow smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70723828
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.051
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Mengacu pada Tabel 4.7 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang didapat adalah 0,200. Angka ini selanjutnya akan dibandingkan dengan 0,05 (tingkat signifikansi atau $\alpha=5\%$) sebagai dasar pengambilan keputusan:

- a. Nilai sig. atau signifikansi < 0,05, distribusi data tidak normal;
- b. Nilai sig. atau signifikansi > 0,05, distribusi data adalah normal

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena angka ini melampaui 0,05, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk memahami pola hubungan antara variabel etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan (sebagai variabel independen) dengan kepuasan konsumen (sebagai variabel dependen), kami menerapkan analisis regresi linear berganda. Hasil dari analisis ini tersaji dalam tabel berikut:

Table 4.8 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.847	3.993		2.466	.016
	etika bisnis islam	.268	.073	.109	3.939	.002
	kinerja karyawan	.396	.095	.485	4.162	.000
	loyalitas karyawan	.259	.086	.325	3.011	.004
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Dari table 4.8 diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = (9,847) - 0,268 X_1 + 0,396 X_2 + 0,259 X_3$

Dimana: Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Etika bisnis Islam

X₂ = Kinerja Karyawan

X₃ = Loyalitas Karyawan

Keterangan:

- Nilai konstanta 9,847 mengindikasikan bahwa Kepuasan Konsumen akan mencapai 9,847 jika variabel-variabel independen seperti etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan berada dalam kondisi stabil atau tidak mengalami perubahan.
- Koefisien regresi X₁ (etika bisnis Islam) sebesar 0,268 menunjukkan adanya hubungan positif: setiap peningkatan pada etika bisnis Islam akan berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan konsumen (Y)

sebesar 0,268, dan begitu pula sebaliknya.

- c. Koefisien regresi X_2 (kinerja karyawan) sebesar 0,396 mengindikasikan adanya hubungan positif: peningkatan kinerja karyawan akan berkorelasi langsung dengan kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,396, dan hal ini berlaku pula sebaliknya.
- d. Koefisien regresi X_3 (loyalitas karyawan) sebesar 0,259 menunjukkan hubungan positif: setiap peningkatan loyalitas karyawan akan diikuti oleh kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,259, dan begitu pula sebaliknya.

a. Uji t

Uji t (uji parsial) digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen memberikan pengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen dalam sebuah model regresi. Suatu pengaruh dianggap signifikan apabila nilai thitung yang diperoleh melebihi nilai ttabel. Selain itu, signifikansi juga dapat dipastikan jika nilai Sig. (signifikansi) yang dihasilkan kurang dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa variabel independen tersebut memang memiliki dampak yang berarti secara parsial terhadap variabel dependen.

Untuk menentukan nilai ttabel, digunakan rumus derajat kebebasan (df) yaitu $n-1$, di mana n adalah jumlah responden. Dalam studi ini, dengan total 65 responden, maka $df=65-1=64$. Berdasarkan perhitungan tersebut, nilai ttabel yang diperoleh adalah 1,669.

Maka hasilnya sebagai berikut:

Berdasarkan analisis data yang tertera pada Tabel 4.8, hasil untuk variabel etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan adalah sebagai berikut:

1) Variable etika bisnis Islam (X_1)

Berdasarkan data Koefisien pada Tabel 4.8, hasil uji menunjukkan bahwa nilai thitung untuk etika bisnis Islam adalah 3,939. Mengingat ttabel sebesar 1,669 pada taraf signifikansi 0,05, serta nilai signifikansi (0,002) yang lebih rendah dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2) Variable kinerja karyawan (X_2)

Berdasarkan Tabel 4.8 (Koefisien), uji menunjukkan bahwa nilai thitung untuk kinerja karyawan adalah 4,162. Dengan ttabel sebesar 1,669 pada taraf signifikansi 0,05, terbukti thitung (4,162) lebih besar dari ttabel (1,669). Ditambah lagi, nilai signifikansi (0,00) yang kurang dari 0,05 semakin menguatkan kesimpulan bahwa kinerja karyawan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3) Variable loyalitas karyawan (X₃)

Berdasarkan Tabel 4.8 (Koefisien), hasil uji menunjukkan bahwa nilai thitung untuk variabel loyalitas karyawan adalah 3,011. Karena nilai ini melampaui ttabel sebesar 1,669 pada taraf signifikansi 0,05, dan nilai signifikansi (0,004) juga kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa loyalitas karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

Ha1 : Etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Ha2 : Kinerja Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Ha3: Loyalitas Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi.

c. Uji F (Simultan)

Uji F, atau sering disebut uji simultan, merupakan teknik statistik krusial yang berfungsi untuk menilai apakah sebuah kelompok variabel independen secara kolektif berkontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Pada studi ini, yang secara khusus

meneliti bagaimana etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan memengaruhi kepuasan konsumen, uji simultan ini diimplementasikan untuk mengonfirmasi apakah ketiga variabel tersebut, ketika dipertimbangkan bersama, menghasilkan dampak yang berarti pada kepuasan konsumen. Dengan demikian, uji ini menjadi alat penting untuk memahami interaksi dan kekuatan pengaruh gabungan dari variabel-variabel tersebut.

Uji simultan, atau yang dikenal sebagai Uji F, adalah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah model regresi secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan. Uji ini dianggap signifikan jika nilai Fhitung melampaui Ftabel. Selain itu, signifikansi juga dapat dilihat dari nilai Sig. (signifikansi): jika nilainya kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen secara kolektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Cara menentukan f tabel 2.76

$df_1 = k-1 (4-1= 3)$ (k adalah jumlah variabel independen dan dependen)

$df_2 = n-k (65-4=61)$ lalu lihat di tabel $f = 2,76$

Ket: n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen dan dependen.

Table 4.9 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	112.077	3	37.359	12.217	.000 ^b
	Residual	186.538	61	3.058		
	Total	298.615	64			
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						
b. Predictors: (Constant), loyalitas karyawan, etika bisnis islam, kinerja karyawan						

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Berdasarkan analisis ANOVA (Tabel 4.9), ditemukan bahwa nilai Fhitung sebesar 12,217 dengan tingkat signifikansi di bawah 0,000b. Karena Fhitung (12,217) melampaui Ftabel (2,76) dan nilai signifikansi (<0,000b)

kurang dari taraf signifikansi ($\alpha=0,05$), dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independent Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, dan Loyalitas Karyawan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Koppondren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi.

d. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi sebagai indikator seberapa besar variasi pada variabel independen dapat menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, koefisien ini secara spesifik akan mengungkapkan kemampuan etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan dalam memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Table 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 ^a	.795	.345	1.749
a. Predictors: (Constant), loyalitas karyawan, etika bisnis islam, kinerja karyawan				

Sumber: data primer yang telah diolah, 2025

Merujuk pada Tabel 4.10, nilai R² (koefisien determinasi) tercatat sebesar 0,795 atau 79,5%. Angka ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan (sebagai variabel independen) secara gabungan mampu menjelaskan 79,5% dari fluktuasi kepuasan konsumen (variabel dependen). Sementara itu, sisa 20,5% variasi dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam lingkup studi ini.

BAB 5

PEMBAHASAN

Ringkasan ini memuat pokok-pokok temuan dari analisis dan pembahasan yang dilakukan untuk menyelidiki apakah Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, dan Loyalitas Karyawan memengaruhi Kepuasan Konsumen Koppondren Ausath, baik secara positif maupun negatif. Melalui pengumpulan data langsung dari konsumen Koppondren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi menggunakan kuesioner dan analisis data dengan IBM SPSS Statistics 26, pengujian regresi linier berganda (baik parsial maupun simultan) secara konsisten menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, dan Loyalitas Karyawan secara signifikan memengaruhi Kepuasan Konsumen Koppondren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi. Dengan demikian, riset ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam hasil uji t (parsial) dan uji F (simultan) sehubungan dengan temuan yang diperoleh.

Jika dalam penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, pada Bab 5 juga biasanya mencakup hasil analisis statistik, seperti:

- a. Dalam studi ini, kami melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen yang digunakan. Uji validitas diterapkan untuk memverifikasi bahwa kuesioner atau alat ukur lainnya memang mengukur variabel yang dimaksud. Sementara itu, uji reliabilitas memastikan instrumen tersebut konsisten dan dapat diandalkan jika pengukuran diulang. Langkah ini sangat penting agar data yang terkumpul akurat dan hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan.
- b. Kami menggunakan analisis regresi untuk mengukur sejauh mana variabel-variabel independen yaitu etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen, yakni kepuasan konsumen. Metode ini membantu kami memahami hubungan kausalitas dan kekuatan dampak dari faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Kami menerapkan uji F dan uji t untuk menilai seberapa signifikan dampak variabel-variabel yang diteliti, baik secara

bersamaan (simultan) maupun secara terpisah (parsial), terhadap kepuasan konsumen. Uji F membantu kami memahami pengaruh keseluruhan, sedangkan uji t digunakan untuk melihat dampak spesifik dari masing-masing variabel.

- d. Kami menggunakan koefisien determinasi (R^2) untuk menilai seberapa besar variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang kami teliti. Nilai R^2 ini memberikan gambaran tentang kontribusi keseluruhan dari etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan dalam memprediksi atau menjelaskan kepuasan pelanggan.

Hasil dan interpretasi dari analisis ini akan membantu untuk:

- a. Tujuan kami adalah untuk menentukan sejauh mana setiap faktor yang diteliti secara individual memengaruhi kepuasan konsumen. Kami ingin memahami kontribusi spesifik dari setiap elemen terhadap tingkat kepuasan pelanggan
 - b. Kami juga berupaya menilai sejauh mana ketiga faktor yang dianalisis yaitu etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Selain itu, kami ingin mengetahui apakah ada faktor-faktor lain yang mungkin juga berperan penting namun belum teridentifikasi dalam penelitian ini.
1. Pengaruh Etika Bisnis Islam (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen

Etika bisnis dalam Islam sangat menekankan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi dalam setiap aspek operasional. Oleh karena itu, seluruh karyawan Koppontren diharapkan mampu mengimplementasikan prinsip-prinsip luhur ini saat menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka sehari-hari.

Hasil analisis dan pengujian kami menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam memiliki dampak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi. Ini mengindikasikan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara langsung dan substansial berkorelasi dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Etika Bisnis Islam (X1) secara parsial memengaruhi kepuasan konsumen, terbukti dengan nilai signifikansi 0,268 yang lebih besar dari 0,05. Temuan ini sejalan dengan kaidah statistik yang menyatakan bahwa bila nilai probabilitas t (atau signifikansi) melebihi ambang batas 0,05, maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Lebih lanjut, hasil penelitian ini mendukung temuan Ahmad Agus Munandar yang juga menemukan bahwa etika bisnis Islam memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel etika bisnis Islam diukur melalui empat indikator kunci: Ketauhidan (dua kali disebutkan, mungkin ada kesalahan penulisan asli), Kehendak bebas (Ikhtiar/Freewill), dan Tanggung Jawab (Responsibility). Mayoritas responden memberikan tanggapan "sangat setuju" terhadap indikator-indikator ini, menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Koppontren Ausath sangat dipengaruhi oleh variabel kepuasan konsumen itu sendiri, yang bisa dilihat lebih lanjut pada presentasi dalam Tabel 5.1:

Tabel 5.1 Tabel Presentasi Etika Bisnis Islam

No	Indicator	Presentasi
1.	Ketauhidan (<i>unity</i>)	88 %
2.	Keadilan (<i>Equilibrium</i>)	90 %
3.	Kehendak bebas (Ikhtiar/ <i>Freewill</i>)	90 %
4.	Tanggung Jawab (<i>Responbility</i>)	89 %

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Hasil pengujian Tabel 5.1 diatas menunjukkan bahwa variabel etika bisnis Islam dengan indicator Ketauhidan (*unity*) memiliki tingkat presentasi 88%, indicator Keadilan (*Equilibrium*) memiliki tingkat presentasi 90%, indicator Kehendak bebas (Ikhtiar/ *Freewill*) memiliki tingkat presentasi 90%, dan indicator Tanggung Jawab (*Responbility*) memiliki tingkat presentasi 89%. Presentasi tersebut menunjukkan bahwa indicator Keadilan (*Equilibrium*) dan Kehendak bebas

(Ikhtiar/ *Freewill*) merupakan indikator yang paling dominan terhadap variabel kepuasan konsumen Koppontren Ausath.

Penelitian ini konsisten dengan temuan yang diungkapkan oleh Atika Fitriani, Sarifah Aini Hasibuan, Melki Wijaya, dan Agustiawan (2024) dalam studi literatur mereka berjudul "Kajian Literature : Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen." Kedua penelitian ini sama-sama menegaskan adanya pengaruh signifikan etika bisnis Islam terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Menurut Muhammad Saifullah, etika bisnis dapat dipahami sebagai kumpulan prinsip moral yang membedakan mana yang benar dan salah, serta apa yang seharusnya dilakukan dalam konteks dunia usaha. Lebih lanjut, etika bisnis juga mencakup norma-norma fundamental yang harus dijunjung tinggi oleh setiap pelaku bisnis dalam setiap aspek interaksi mereka, mulai dari transaksi, perilaku, hingga menjalin relasi. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pencapaian tujuan bisnis dilakukan dengan cara yang bertanggung jawab dan berintegritas. (Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, 2020:2). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh pelaku bisnis di Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi harus mengedepankan prinsip-prinsip etika dalam setiap aspek operasional mereka. Hal ini mencakup cara bertransaksi, berperilaku sehari-hari, dan menjalin relasi, demi memastikan tercapainya tujuan bisnis secara aman dan bertanggung jawab.

Berdasarkan penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

Ha1: Etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Koppontren Ausath Mart.

Berdasarkan analisis yang tersaji di Tabel 4.8 (Tabel Koefisien), nilai thitung untuk Etika Bisnis Islam adalah 3,939. Jika dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,669 pada taraf signifikansi 0,05, ditemukan bahwa thitung (3,939) lebih besar dari ttabel (1,669). Selain itu, nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,002, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$), menguatkan

kesimpulan bahwa Etika Bisnis Islam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh kinerja karyawan (X2) Terhadap Kepuasan konsumen.

Kinerja karyawan yang optimal terbukti dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Di lingkungan Koppondren, hal ini mencakup baik aspek fisik (seperti kecepatan dan ketepatan pelayanan) maupun aspek psikologis (misalnya, keramahan dan empati karyawan).

Dari analisis dan pengujian yang kami lakukan, hasilnya menunjukkan bahwa kinerja karyawan memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di Koppondren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi. Hal ini menegaskan bahwa kualitas kerja yang ditunjukkan oleh karyawan sangat berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Analisis mengungkapkan bahwa variabel kinerja karyawan (X2) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0,396. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05, secara statistik dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh parsial yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan prinsip statistika, jika probabilitas t (atau signifikansi) melebihi 0,05, berarti variabel bebas tidak memengaruhi variabel terikat secara signifikan. Meskipun demikian, temuan ini konsisten dengan penelitian Ahmad Agus Munandar yang juga mengemukakan adanya hubungan antara kinerja karyawan dan kepuasan konsumen.

Kinerja karyawan dinilai berdasarkan tiga indikator kunci: ketepatan dalam menyelesaikan tugas, kepatuhan terhadap jam kerja, dan tingkat kehadiran. Rata-rata respons dari ketiga indikator ini menunjukkan bahwa mayoritas responden "setuju," yang menggarisbawahi signifikansi kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen Koppondren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi. Informasi lebih rinci dapat ditemukan di bagian presentasi data.

Tabel 5.2 Tabel Presentasi Kinerja Karyawan

No	Indicator	Presentasi
1.	Ketepatan penyelesaian tugas	83 %
2.	Kesesuaian jam kerja	85 %
3.	Tingkat kehadiran	85 %

Sumber: data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 5.2, indikator "Ketepatan penyelesaian tugas" untuk variabel Kinerja Karyawan mencapai 83%. Sementara itu, indikator "Kesesuaian jam kerja" dan "Tingkat kehadiran" masing-masing menunjukkan persentase 85%. Dari angka-angka tersebut, jelas terlihat bahwa "Kesesuaian jam kerja" dan "Tingkat kehadiran" menjadi indikator yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan konsumen Koppontren Ausath Mart.

Penelitian ini mengukuhkan hasil studi yang dilakukan oleh Vivid Violin, Indira Basalamah, Awaluddin, Sardi, dan Sumarni (2022). Riset mereka, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Cabang Lion Air di Jakarta," juga menyimpulkan adanya dampak positif dan signifikan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini memperkuat keabsahan temuan kami mengenai pengaruh kinerja karyawan.

Menurut Mangkunegara, kinerja karyawan didefinisikan sebagai kualitas dan kuantitas hasil kerja yang dicapai individu dalam menjalankan tugas serta tanggung jawab yang diberikan. Tujuan utamanya adalah mendukung pencapaian sasaran perusahaan. Kinerja yang optimal secara langsung memberikan dampak positif signifikan pada operasional bisnis. Hal ini sejalan dengan pengalaman di Koppontren Ausath Darussalam, di mana terlihat jelas bahwa performa karyawan memegang peranan krusial bagi keberhasilan usaha yang dijalankan.

Berdasarkan penelitian di atas maka dapat di simpulkan bahwa:

Ha2: Kineja Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Koppontren Ausath.

Berdasarkan Tabel 4.8 (Tabel Koefisien), nilai thitung untuk kinerja karyawan adalah 4,162. Jika dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,669 pada taraf signifikansi 0,05, jelas terlihat bahwa thitung (4,162) lebih besar dari ttabel (1,669). Selain itu, nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,000, yang kurang dari 0,05, menguatkan kesimpulan bahwa kinerja karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Loyalitas Karyawan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen.

Loyalitas karyawan dalam konteks Islam dapat dibentuk oleh beragam faktor, baik yang bersifat spiritual, material, maupun sosial. Karyawan yang loyal cenderung menunjukkan produktivitas yang lebih tinggi dan memberikan kontribusi yang lebih baik kepada organisasi. Dari analisis dan pengujian yang kami lakukan, ditemukan bahwa loyalitas karyawan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Koppondren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Analisis menunjukkan bahwa variabel Loyalitas Karyawan (X3) memiliki nilai 0,259. Jika nilai ini diinterpretasikan sebagai nilai signifikansi (Sig.) dan dibandingkan dengan ambang batas 0,05, maka tidak ada pengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini konsisten dengan prinsip statistika yang menyatakan bahwa bila probabilitas nilai t (atau signifikansi) lebih besar dari 0,05, variabel bebas dianggap tidak memengaruhi variabel terikat secara signifikan. Meskipun demikian, temuan ini selaras dengan penelitian Ahmad Agus Munandar yang juga menunjukkan bahwa loyalitas karyawan berkorelasi dengan kepuasan konsumen.

Loyalitas karyawan dinilai berdasarkan tiga indikator utama: Tanggung Jawab, Kepatuhan terhadap Peraturan Perusahaan, dan Sikap Kerja. Hasil pengukuran ini menegaskan bahwa loyalitas karyawan sangat esensial bagi tercapainya kepuasan konsumen di Koppondren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi. Detail lebih lanjut mengenai hal ini dapat diamati pada presentasi Tabel 5.3:

Tabel 5.3 Tabel Presentasi Loyalitas Karyawan

No	Indicator	Presentasi
1.	Tanggung jawab	91%
2.	Taat terhadap peraturan perusahaan	90%
3.	Sikap kerja	88%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 5.3, variabel Loyalitas Karyawan menunjukkan kontribusi yang bervariasi dari tiap indikatornya. Indikator "Tanggung jawab" mencapai tingkat persentase tertinggi yaitu 91%. Sementara itu, "Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan" berada di angka 90%, dan "Sikap kerja" sebesar 88%. Angka-angka ini secara jelas menunjukkan bahwa indikator "Tanggung jawab" merupakan penyumbang terbesar terhadap variabel Loyalitas Karyawan yang pada akhirnya berpengaruh pada Kepuasan Konsumen Koppontren Ausath Mart.

Studi ini sejalan dengan temuan yang diperoleh Muhammad Ridwan Ramadani (2022) dalam penelitiannya mengenai "Tata Pelayanan serta Loyalitas Pegawai terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BRI KK Bukit Raya." Kedua penelitian ini menguatkan pandangan bahwa loyalitas karyawan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Temuan ini selaras dengan teori Saputra, dkk. (2016), yang mendefinisikan loyalitas karyawan sebagai wujud kesetiaan atau komitmen seorang pekerja terhadap perusahaannya. Loyalitas ini dapat diamati melalui disiplin kerja, rasa tanggung jawab, dan sikap saat berinteraksi di lingkungan perusahaan. Sejalan dengan teori tersebut, apa yang terjadi di Koppontren Ausath menunjukkan bahwa sikap loyalitas karyawan memberikan hasil yang positif.

Berdasarkan penelitian di atas maka dapat di simpulkan bahwa:

Ha3: Loyalitas Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Koppontren Ausath Mart.

Berdasarkan data dari Tabel 4.8 (Tabel Koefisien), nilai t-hitung untuk variabel Loyalitas Karyawan adalah 3,011. Jika dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,669 pada taraf signifikansi 0,05, terbukti bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3,011 > 1,669$). Selain itu, nilai signifikansi (sig.) tercatat 0,004, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$). Dari hasil perbandingan ini, dapat disimpulkan bahwa loyalitas karyawan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen di sini, Kepuasan Konsumen.

4. Pengaruh Etika Bisnis Islam (X1), Kinerja Karyawan (X2) dan Loyalitas Karyawan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen timbul sebagai konsekuensi langsung dari kombinasi efektif etika bisnis Islam, kinerja karyawan yang prima, dan loyalitas staf yang solid. Hal ini menggarisbawahi bahwa kepuasan pelanggan tidak terbentuk secara terpisah, melainkan merupakan akumulasi dari interaksi ketiga unsur fundamental tersebut.

Studi ini, melalui uji regresi berganda simultan (Uji-F), menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam (X1), Kinerja Karyawan (X2), dan Loyalitas Karyawan (X3) secara kolektif memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Koppondren Ausath. Lebih spesifik, nilai F-hitung 12,217 yang jauh melampaui F-tabel 2,76 (Tabel 4.9) secara tegas membuktikan bahwa gabungan ketiga variabel independen ini berdampak signifikan pada tingkat kepuasan konsumen di Koppondren Ausath Mart Blokagung Banyuwangi.

Berdasarkan hasil presentasi indikator keseluruhan kinerja karyawan, dapat dilihat dari tabel 5.4 berikut ini:

Tabel 5.4 Tabel Presentasi Indikator Simultan

No	Indicator	Presentasi
1.	Etika Bisnis Islam	89 %
2.	Kinerja Karyawan	77%
3.	Loyalitas Karyawan	80%

Sumber: Data Primer Dolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 5.4, terlihat bahwa secara keseluruhan, indikator Etika Bisnis Islam mencapai presentase 89%, Kinerja Karyawan sebesar 77%, dan Loyalitas Karyawan menyumbang 80%. Selain itu, pengujian simultan juga dapat diamati melalui persamaan regresi yang terbentuk. Model regresi ini menempatkan Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, dan Loyalitas Karyawan sebagai variabel independen, sementara Kepuasan Konsumen Koppontren Ausath Mart menjadi variabel dependen.

Studi ini mengukuhkan temuan Ahmad Agus Munandar, yang juga menunjukkan bahwa etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan secara positif dan signifikan memengaruhi kepuasan konsumen.

Studi ini mendukung kuat teori-teori yang dikemukakan oleh Muhammad Saifullah dan Anwar Prabu Mangkunegara. Keduanya berpendapat bahwa etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sebuah pandangan yang konsisten dengan temuan penelitian kami.

Berdasarkan penelitian di atas maka dapat di simpulkan bahwa:

Ha4: Terdapat dampak positif dan signifikan yang ditimbulkan oleh gabungan etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan secara simultan terhadap kinerja karyawan Koppontren Ausath.

Nilai R-square sebesar 0,795 mengindikasikan bahwa Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, dan Loyalitas Karyawan secara gabungan menjelaskan 79,5% dari total variasi dalam kepuasan konsumen. Sisa 20,5% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar cakupan penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut secara kolektif memang memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

$$Y = 9,847 + 0,268 (X_1) + 0,396 (X_2) + 0,259 (X_3) + \epsilon$$

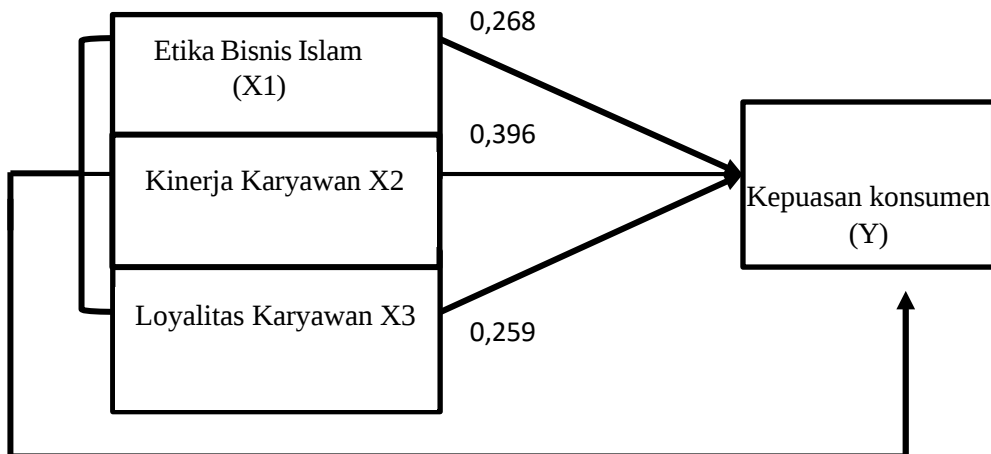
Model persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta

Dalam model persamaan regresi ini, nilai konstanta (α) merepresentasikan tingkat dasar kepuasan konsumen saat semua variabel independen yakni etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan berada pada titik nol. Dengan kata lain, konstanta ini mencerminkan nilai kepuasan konsumen yang tidak dipengaruhi oleh keberadaan atau perubahan dari faktor-faktor independen yang diteliti.

Nilai konstanta sebesar 9,847 dalam model regresi ini mengindikasikan bahwa, bila tidak ada pengaruh dari etika bisnis Islam (X_1), kualitas kinerja karyawan (X_2), dan loyalitas karyawan (X_3), tingkat kepuasan konsumen Koppondren Ausath Mart akan berada pada angka 9,847. Angka ini merepresentasikan nilai dasar kepuasan konsumen yang ada, terlepas dari ketiga variabel independen tersebut.

Gambar 5.1 Model Persamaan Regresi



Sumber: Data Primer Diolah, 2025

1. Nilai koefisien b_1

Koefisien regresi untuk etika bisnis Islam (X_1) adalah 0,268. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam penerapan etika bisnis Islam akan berkorelasi dengan kenaikan 0,268 poin pada skor kepuasan konsumen (Y). Dengan kata lain, penerapan etika bisnis Islam yang semakin baik akan meningkatkan

tingkat kepuasan konsumen.

2. Nilai koefisien b_2

Nilai koefisien regresi 0,396 untuk kualitas lingkungan kerja (X_2) menunjukkan bahwa setiap perbaikan satu unit pada lingkungan kerja akan meningkatkan skor kepuasan konsumen (Y) sebanyak 0,396. Jadi, kualitas lingkungan kerja yang lebih baik berkorelasi langsung dengan tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi.

3. Nilai koefisien b_3

Nilai koefisien regresi 0,259 untuk motivasi kerja menunjukkan bahwa setiap perbaikan satu unit pada motivasi kerja akan meningkatkan skor kepuasan konsumen (Y) sebanyak 0,259. Dengan demikian, motivasi kerja yang lebih tinggi berkorelasi langsung dengan tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi.

4. Notasi (ϵ) e_i

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada variabel bebas lain yang tidak menjadi fokus studi kami. Meskipun demikian, variabel-variabel yang tidak diteliti ini tetap memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Melalui penelitian ini, yang mengkaji pengaruh etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan terhadap kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi, serta didukung oleh pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics 26, kami dapat menyajikan ringkasan temuan dan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis statistik kami mengonfirmasi bahwa Etika Bisnis Islam (X1) secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 3,939 yang melampaui ttabel 1,669, dan nilai signifikansi (Sig.) 0,002 yang berada di bawah ambang batas 0,05.
2. Analisis menunjukkan bahwa kinerja karyawan (X2) secara positif dan signifikan memengaruhi kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi. Validitas temuan ini diperkuat oleh nilai thitung sebesar 4,162, yang secara jelas melampaui ttabel 1,669, dan nilai signifikansi (Sig.) 0,000, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Ini menggarisbawahi peran krusial kinerja karyawan dalam membentuk kepuasan pelanggan.
3. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa loyalitas karyawan (X3) memiliki korelasi positif yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi. Bukti-bukti yang mendukung ini termasuk nilai thitung sebesar 3,011 yang lebih besar dari ttabel 1,669, serta nilai signifikansi 0,004 yang kurang dari ambang batas 0,05, semua itu memvalidasi temuan kunci dalam penelitian ini.
4. Studi ini secara menyeluruh menyimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan, dan Loyalitas Karyawan secara kolektif memberikan dampak positif dan signifikan pada kepuasan konsumen di Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi. Hal ini terbukti dari nilai uji F sebesar 12,217, yang jauh melampaui Ftabel 2,76, serta tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) sebesar 79,5% menunjukkan bahwa ketiga variabel independen ini cukup mampu menjelaskan variasi dalam kepuasan konsumen, sedangkan 20,5%

sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam riset ini. Analisis parsial lebih lanjut juga mengonfirmasi bahwa setiap variabel secara individual memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, konsisten dengan landasan teori dan penelitian terdahulu: Etika Bisnis Islam (thitung 3,939 > ttabel 1,669, sig. 0,002 < 0,05), Kinerja Karyawan (thitung 4,162 > ttabel 1,669, sig. 0,000 < 0,05), dan Loyalitas Karyawan (thitung 3,011 > ttabel 1,669, sig. 0,004 < 0,05).

6.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan dari ilmu yang di dapat selama melakukan penelitian ini, kami menemukan beberapa keterbatasan yang perlu menjadi perhatian. Hal ini penting agar para peneliti di masa mendatang dapat meningkatkan kualitas studi mereka. Beberapa keterbatasan yang kami identifikasi adalah:

1. Salah satu keterbatasan dalam studi ini adalah jumlah responden yang relatif sedikit, hanya 65 orang. Angka ini kemungkinan belum cukup representatif untuk mencerminkan kondisi atau populasi yang lebih luas. Dalam penelitian sosial atau perilaku, jumlah responden yang lebih besar sering kali diperlukan agar hasil yang diperoleh dapat lebih andal dan dipercaya.
2. Kualitas data yang kami peroleh dari kuesioner teridentifikasi sebagai salah satu keterbatasan. Ada kemungkinan bahwa beberapa responden tidak sepenuhnya merefleksikan pandangan atau pengalaman mereka yang sesungguhnya. Fenomena ini bisa timbul dari berbagai faktor, seperti perbedaan interpretasi pertanyaan, sudut pandang yang bervariasi, atau bahkan tingkat kejujuran responden saat mengisi kuesioner.
3. Salah satu tantangan yang kami identifikasi adalah potensi subjektivitas selama proses pengumpulan data. Bias ini bisa berasal dari responden itu sendiri atau bahkan dari pihak peneliti. Kehadiran subjektivitas semacam ini berisiko memengaruhi keabsahan (validitas) dan konsistensi (reliabilitas) temuan penelitian kami.

6.3 Saran

Berangkat dari hasil dan kesimpulan yang telah kami peroleh, berikut adalah sejumlah rekomendasi yang kami ajukan untuk dapat membantu pihak-pihak yang relevan:

1. Bagi Pihak Lembaga

Sumber daya insani dan digitalisasi sangat penting untuk

pengembangan dunia keuangan syariah di era globalisasi digital saat ini. Ini dijalankan agar melihat bagaimana Etika bisnis Islam, kinerja karyawan dan loyalitas karyawan memberikan dampak pada kepuasan konsumen Koppontren Ausath Mart Darussalam Blokagung Banyuwangi. Rekomendasi berikut dapat disampaikan:

- a. Meningkatkan etika kerja terhadap kepuasan konsumen.
- b. Untuk meningkatkan kinerja karyawan, Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi perlu secara proaktif mendorong karyawan agar ikut serta pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas koperasi. Selain itu, penting juga untuk terus-menerus mengkomunikasikan harapan agar karyawan senantiasa berupaya mencapai standar kerja yang lebih tinggi.
- c. Sebagai lembaga keuangan syariah, Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi diharapkan untuk lebih konsisten dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, Koppontren dapat memberikan manfaat optimal bagi konsumen, tidak hanya dalam aspek duniawi, tetapi juga untuk kebaikan di akhirat.

2. Bagi Pihak Akademik

Studi ini diharapkan berperan aktif dalam pengembangan ranah keilmuan, dengan fokus spesifik pada pemahaman pengaruh etika bisnis Islam, kualitas kinerja karyawan, dan tingkat loyalitas karyawan terhadap kepuasan konsumen. Di samping itu, kami berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan sumber informasi yang relevan bagi para akademisi, khususnya di bidang Ekonomi Syariah, serta menambah khazanah koleksi buku di perpustakaan UIMSYA Banyuwangi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengingat banyaknya faktor selain etika bisnis Islam, kinerja karyawan, dan loyalitas karyawan, peneliti disarankan untuk melanjutkan eksplorasi terhadap aspek-aspek yang bisa berdampak pada atau mengoptimalkan kualitas karyawan di perusahaan. Selain itu, penerapan analisis jalur (path analysis) sangat diharapkan dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2022). Mycoflora Associated with Barely Grains (*Hordeum vulgare* L.) in the Eastern Parts of Libya. *Scientific Journal for the Faculty of Science-Sirte University*, 2(2), 80–85. <https://doi.org/10.37375/sjfssu.v2i2.88>
- Agung, A. S., Eko Yudiandri, T., Ernawati, H., & Adianto. (2022). Literasi Digital Pelaku Umkm Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 87–103. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.197>
- Alhamdi, R. (2018). Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Moderasi Di Patra Semarang Convention Hotel. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 130–137. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i1.1877>
- Anoraga, P. (2021). Analisis Keberdayaan Konsumen Di Kota X. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 87–94. <https://doi.org/10.35829/magisma.v9i1.140>
- Azhary, I. T. (2020). Pengaruh Stres Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja. *Al-Dzahab*, 1(2), 127–135.
- Citra, L. M., & Fahmi, M. (2019). Pengaruh Kepemimpinan , Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan. 2(2), 214–225.
- Di, H. S., Malang, K., & Nuryana, I. (2004). *KEPUASAN PELANGGAN WARUNG BEBEK*. 38–55.
- Faisal Badroen, Suhendra. 2016. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Fakhry Zamzam dan Havis Aravik. 2020. *Etika Bisnis Islam: Seni Berbasis Keberkahan*. Sleman: CV Budi Utama
- Fatchur, M., Fattah, A., Istanti, E., Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Bhayangkara Surabaya, U. (2017). Pengaruh Pelatihan, Komunikasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Home Center Indonesia East Coast Mall Surabaya. *Jurnal Manajemen Branchmark*, 3(3), 608–619.
- Fauzan, F., & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 38.

<https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.774>

- Imam Ghazali. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Mangkunegara, Anwar. 2020. *Evaluasi Kinerja SDM*. Edisi ke-2. Bandung: PT Rafika Aditama
- Mangkunegara, Anwar. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekosiana
- Nisa, M. (2019). Pengaruh Pengalaman Belajar Terhadap Sikap Positif Siswa Dalam Pembelajaran Matematika di SMP NU Dukuhjati Krangkeng-Indramayu. *Pediamatika: Journal of Mathematical Science and Mathematics Education*, 01(01), 145–155.
- Nurjanah, S. (2022). JURNAL AL-TSARWAH | Vol. 5 No. 1, Juni 2022 Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Bone. *Jurnal Al-Tsarwah*, 5(1), 1–16.
- Nurul Hidayatul M, Ana Khoirun N., & Agus Eko Sujianto. (2023). Pengaruh Tabungan Wadiah Dan Giro Wadiah Terhadap Laba Bersih Bank BRI Syariah Periode 2015-2019. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 49–59. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.192>
- Putra, A. W. P., & Sugiyono. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*.
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri. *Jurnal Nominal*, VII(1), 1–20. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/19356>
- Rahardjo, M. D. (2009). Menuju Sistem Perekonomian Indonesia. *Unisia*, 32(72), 113–128. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol32.iss72.art1>
- Rahayu, S., & Harsono, M. (2023). Loyalitas Konsumen : Konseptualisasi, Anteseden dan Konsekuensi. *Jesya*, 6(2), 1581–1594. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1196>
- Safitri, D. A., & Fidiana. (2015). Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Dan Pasar. *Jurnal Riset & Riset Akuntansi*, 4(4), 1–15.

- Sedarmayanti. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: PT Rafika Aditama
- Serlin, A., & Ramlawati, S. (2022). *YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah*. 5(3), 198–212.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.472>
- Siahaan, Y. A., Tiur, A., Sinaga, I., & Butarbutar, I. P. (2024). *AROFAN DESA TIGARAS KABUPATEN SIMALUNGUN*. 1(6).
- Sugiono, S. (2024). Proses Adopsi Teknologi Generative Artificial Intelligence dalam Dunia Pendidikan: Perspektif Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(1), 110–133.
<https://doi.org/10.24832/jpnk.v9i1.4859>
- Suhardi, A., Ismilasari, I., & Jasman, J. (2021). Analisis Pengaruh Loyalitas dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1117–1124.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.421>
- Suharso, P. (2019). Kualitas Pelayanan Transjakarta. *Warta Penelitian Perhubungan*, 26(6), 321.
<https://doi.org/10.25104/warlit.v26i6.907>
- Suparta Haryono, A. K. (2018). Hubungan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Poli Umum Puskesmas Lompoe Kota Pare-Pare. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Pencerah*, 7(1), 54–63.
- Syamsul, arifin dkk. (2009). Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan Daftar Isi. *The Indonesian Journal of Health Service Management*, 12(04), 113–173.
- Umar, H. (2014). Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Penerbangan Low Cost Carrier Factors Affecting Customer 's Satisfaction on Low Cost Carrier Flight. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)*, 01(02), 127–138.
- Soetam Rizky Wicaksono. 2018. *Antologi Teknologi Informasi Tinjauan Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Ma Chung

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth : Responden Penelitian
Anggota atau Nasabah
Koppontren Ausath Darussalam
Blokagung Banyuwangi Di tempat
Assalamaualaikum, *Wr, Wb*

Dengan hormat,

Saya Ahmad Agus Munandar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas KH. Mukhtar Syafa`at Blokagung, Banyuwangi, yang saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyusun karya ilmiah yang berupa (Skripsi) sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi tahap akhir di Universitas KH. Mukhtar Syafa`at Blokagung Banyuwangi, dengan judul: “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam, Kinerja Karyawan dan Loyalitas Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota Koppontren Ausath Darussalam Blokagung Banyuwangi”.

Sehubungan dengan itu, saya mohon dengan hormat untuk mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya demi kelancaran penelitian ini. Semua data tersebut hanya untuk penyusunan penelitian, bukan untuk dipublikasi atau untuk kepentingan lainnya, atas kerjasama dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya.

Hormat saya

Ahmad Agus Munandar

NIM: 2113111046

A. *Petunjuk Pengisian*

- a. Isi identitas terlebih dahulu sesuai dengan keadaan.
- b. Baca dengan teliti dan beri tanda (✓) pada pernyataan yang sudah sesuai.
- c. Pilihlah jawaban dengan kriteria sebagai berikut:
 SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju
- d. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban.
- e. Terimakasih atas kerjasama dan partisipasinya

B. *Identitas responden*

- a. Nama :
- b. Umur Tahun
- c. Jenis Kelamin ☐ : Laki-laki
☐ : Perempuan
- d. Pendidikan /S ☐ SMK/SMA
☐ DIPLOMA
☐ SARJANA
☐ LAINNYA.....

C. *Berapa kali pembelian* :.....

DAFTAR PERNYATAAN/PERTANYAAN

Variabel Etika Bisnis Islam (X1)					
Indikator	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Ketauhidan (<i>unity</i>)	Anggota dianjurkan salat saat waktu salat tiba.				
	Perusahaan ini mengutamakan nilai-nilai keimanan (Ketauhidan) dalam setiap transaksi yang dilakukan dengan nasabah.				
	Saya merasa bahwa perusahaan ini selalu berusaha menjaga niat untuk memperoleh ridha Allah dalam setiap aktivitas bisnisnya.				
	Pelaku bisnis memproduksi produk dengan bahan baku hallal				
Keadilan (<i>Equilibrium</i>)	Karyawan memproduksi barang sesuai dengan kebutuhan konsumen				
	Karyawan mengambil margin keuntungan sesuai dengan biaya-biaya yang Dikeluarkan				
	Karyawan bekerja sama dengan tidak membeda-bedakan ras, suku, dan status sosial				
	Karyawan memperlakukan konsumen dengan setara				
Kehendak bebas (Ikhtiar/ <i>Freewill</i>)	Saya merasa diberi kebebasan untuk memilih produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya tanpa ada paksaan dari perusahaan.				
	Karyawan menerima kritik dan saran dari konsumen				
	Dalam mengambil keputusan finansial atau bisnis, saya merasa perusahaan memberikan ruang bagi saya untuk berikhtiar atau berusaha tanpa tekanan.				
	Saya diberikan kesempatan untuk memilih solusi terbaik karena saya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah tanpa adanya intervensi yang tidak sesuai.				

Variabel Etika Bisnis Islam (X1)					
Indikator	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Tanggung Jawab (Responsibility)	Perusahaan ini bertanggung jawab atas kualitas dan kehalalan produk serta layanan yang disediakan kepada pelanggan.				
	Saya merasa bahwa perusahaan selalu bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang produk dan layanan yang ditawarkan.				
	Pelaku bisnis tidak menyembunyikan informasi produk				
	Karyawan memberikan solusi yang tepat dalam mengatasi masalah				

Variabel Kinerja Karyawan (X2)					
Indikator	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Ketepatan penyelesaian tugas	Karyawan mampu menyelesaikan tugas tepat waktu sesuai target yang telah ditentukan.				
	Karyawan memiliki tingkat kualitas kerja yang tinggi dalam melakukan pekerjaan.				
	Karyawan taat dalam bertingkah laku sesuai dengan norma yang berlaku bagi setiap karyawan.				
	Karyawan berusaha secepat mungkin dalam menyelesaikan pekerjaan tanpa mengulur-ngulur waktu.				
Kesesuaian jam kerja	Karyawan selalu hadir tepat waktu dalam bekerja.				
	Karyawan mentaati aturan jam masuk kerja perusahaan.				
	Karyawan siap lembur apabila pekerjaan saya belum selesai tepat waktu.				
	Karyawan selalu menghargai waktu dan tidak meninggalkan pekerjaan sebelum waktu pulang.				
	Karyawan bekerja selalu membagi waktu agar bisa maksimal.				

Variabel Kinerja Karyawan (X2)					
Indikator	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Tingkat kehadiran	Karyawan menyelesaikan pekerjaan sesuai target yang ditentukan.				
	Karyawan hadir ketika sudah dikasih amanah.				

Variabel loyalitas karyawan. (X3)					
Indikator	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Tanggung jawab	Karyawan bertanggung jawab penuh untuk membantu meningkatkan kinerja perusahaan.				
	Karyawan sering mengambil inisiatif untuk melakukan tugas tugas yang tidak termasuk dalam job desk.				
	Saya merasa puas atas loyalitas yang telah di berikan oleh karyawan.				
Taat terhadap peraturan perusahaan	Karyawan selalu mematuhi kebijakan dan prosedur perusahaan				
	Karyawan sering melaporkan kesalahan atau kekurangan dalam sistem atau proses perusahaan.				
	Karyawan memiliki komitmen untuk mempertahankan nilai nilai dan misi perusahaan				
Sikap kerja	Karyawan memiliki motivasi untuk bekerja dan mencapai tujuan perusahaan.				
	Karyawwan sering menunjukan kreativitas dan inovasi dalam pekerjaannya.				
	Karyawan memiliki kemampuan untuk bekerja sama dengan tim dan membangun hubungan yang baik dengan rekan kerja.				

Variabel Kepuasan anggota (Y)					
Indikator	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Kesesuaian harapan	Produk atau jasa yang didapat oleh nasabah sesuai atau melampaui dengan yang diharapkan nasabah.				
	Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai ataupun melebihi dengan harapan nasabah				
	Fasilitas penunjang yang dirasakan sesuai ataupun melebihi harapan nasabah				
Minat berkunjung kembali	Nasabah berminat berkunjung kembali atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangat memuaskan				
	Nasabah berminat berkunjung kembali karena memberikan value serta manfaat setelah menggunakan produk barang ataupun jasa tersebut				
	Nasabah berminat berkunjung kembali atas fasilitas penunjang yang diberikan sangat memadai				
Kesediaan merekomendasikan	Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena pelayanan yang diberikan memuaskan				
	Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai				
	Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena memberikan nilai ataupun manfaat yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.				

HASIL SEBAR KUESIONER

No Res	Etika Bisnis Islam (X1)																Total
	X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.1.4	X1.2.1	X1.2.2	X1.2.3	X1.2.4	X1.3.1	X1.3.2	X1.3.3	X1.3.4	X1.4.1	X1.4.2	X1.4.3	X1.4.4	
1	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	60
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	57
4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	56
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	53
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	53
7	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	55
8	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	57
9	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	59
10	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	4	4	3	4	4	53
11	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	56
12	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	56
13	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	57
14	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	56
15	3	4	3	3	3	2	4	3	2	3	2	4	4	4	4	4	52
16	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	54
17	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	56
18	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	60
19	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	58
20	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	59
21	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	59
22	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	58
23	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
25	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	61
26	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	57
27	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	58
28	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	59
29	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	62
30	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	61
31	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	62
32	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	60
33	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	54
34	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	58
35	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	55
36	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	61
37	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	57
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
39	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
40	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
41	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	55
42	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	56
43	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	51
44	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	54
45	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	52
46	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	55
47	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	60
48	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	54
49	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	54
50	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	56
51	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	60
52	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	57
53	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	56
54	4	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	45
55	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	58
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	53
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	61
58	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	54
59	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	60
60	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	57
61	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	60
62	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	58
63	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	61
64	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	58
65	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	59

No Res	Kinerja Karyawan X2											Total
	X2.1.1	X2.1.2	X2.1.3	X2.1.4	X2.2.1	X2.2.2	X2.2.3	X2.2.4	X2.3.1	X2.3.2	X2.3.3	
1	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	35
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
7	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	34
8	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	36
9	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	36
10	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	30
11	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	33
12	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	32
13	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	36
14	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	34
15	3	4	3	3	3	2	4	3	2	3	2	30
16	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	34
17	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	34
18	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	37
19	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	34
20	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	36
21	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	35
22	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	35
23	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	36
24	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	35
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	35
27	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	35
28	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	33
29	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	37
30	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	33
31	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
32	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
33	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	35
34	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
35	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	34
36	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	36
37	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	34
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	35
41	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	35
42	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	35
43	3	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	30
44	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	34
45	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	28
46	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	27
47	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	36
48	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
49	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	31
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
51	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	34
52	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	33
53	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	34
54	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	34
55	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	33
56	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	33
57	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	34
58	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	35
59	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	35
60	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	33
61	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	33
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
64	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	32
65	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	36

No Res	Loyalitas Karyawan X3									Total
	X3.1.1	X3.1.2	X3.1.3	X3.2.1	X3.2.2	X3.2.3	X3.3.1	X3.3.2	X3.3.3	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	31
6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	32
7	4	4	3	4	3	3	4	4	4	29
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	3	3	4	4	4	4	4	4	4	30
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	3	3	4	3	4	3	3	28
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	3	32
14	4	2	4	4	4	4	4	4	4	30
15	4	4	4	4	4	4	4	4	2	32
16	3	4	4	4	4	4	3	4	2	30
17	4	3	4	4	4	4	4	4	4	31
18	3	4	4	4	4	4	4	3	3	30
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	32
20	3	4	3	3	4	3	3	4	3	27
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	4	4	4	4	3	4	3	31
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	4	4	4	3	4	4	4	31
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	3	3	4	3	3	3	28
27	3	4	4	4	3	4	4	4	3	30
28	4	4	4	4	4	4	3	4	4	31
29	4	4	4	4	4	3	4	4	3	31
30	4	4	4	4	4	4	4	3	3	31
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	3	3	4	4	4	30
33	3	4	4	4	4	3	3	4	3	29
34	3	3	4	4	4	4	3	4	3	29
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	32
36	4	4	3	4	3	4	3	4	4	29
37	3	3	3	4	4	4	3	4	3	28
38	4	4	4	4	4	4	4	4	3	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	31
41	3	4	3	3	3	4	4	3	4	27
42	3	3	3	3	3	3	3	4	4	25
43	3	4	4	3	3	3	4	3	3	27
44	2	3	3	4	3	4	3	3	3	25
45	3	3	2	3	3	4	3	3	3	24
46	3	3	3	3	4	3	3	3	4	25
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
48	4	3	3	3	3	4	3	4	4	27
49	3	3	3	3	3	4	4	3	3	26
50	3	3	4	3	3	2	3	3	3	24
51	3	4	3	3	2	3	4	3	2	25
52	4	4	4	3	3	2	3	3	2	26
53	3	4	3	2	3	4	3	3	3	25
54	3	4	3	4	3	3	3	3	3	26
55	3	3	3	3	4	4	3	3	3	26
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	4	4	4	3	3	3	3	3	3	27
58	4	4	4	4	4	4	4	4	3	32
59	4	4	4	4	3	3	3	4	3	29
60	3	3	4	4	3	3	4	3	3	27
61	3	3	4	3	4	3	3	3	3	26
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	3	4	3	4	4	4	4	3	3	29
64	3	4	4	4	3	3	4	3	3	28
65	3	3	3	3	3	3	4	4	4	26

No Res	Kepuasan Konsumen Y									Total
	Y.1.1	Y.1.2	Y.1.3	Y.2.1	Y.2.2	Y.2.3	Y.3.1	Y.3.2	Y.3.3	
1	4	4	3	3	3	4	3	3	3	27
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	28
4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	27
5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	28
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	3	3	3	4	3	3	3	3	3	25
8	3	4	4	4	3	3	4	3	3	28
9	4	4	3	4	4	3	3	3	4	28
10	3	3	3	3	4	4	3	3	4	26
11	3	3	2	3	3	3	3	3	3	23
12	3	4	3	4	3	4	4	4	3	29
13	3	3	3	4	3	3	3	4	4	26
14	3	3	4	3	4	4	4	3	3	28
15	3	4	3	2	3	3	3	3	2	24
16	3	4	3	2	3	3	4	2	3	24
17	4	4	4	3	4	3	3	3	3	28
18	3	4	4	3	4	3	4	4	4	29
19	4	4	4	3	3	3	4	4	3	29
20	4	4	4	4	4	4	3	3	3	30
21	3	3	3	3	3	3	4	4	4	26
22	4	4	3	3	3	3	3	3	3	26
23	4	4	3	3	3	4	4	4	4	29
24	3	3	3	3	3	4	4	3	4	26
25	3	3	4	3	4	3	3	4	4	27
26	4	4	3	3	4	3	4	3	3	28
27	4	3	3	4	3	3	3	4	4	27
28	3	4	3	3	3	3	4	4	3	27
29	4	4	3	3	3	4	3	3	3	27
30	4	3	3	3	4	4	3	4	4	28
31	4	4	4	3	4	4	4	4	4	31
32	3	3	3	3	3	4	4	4	3	27
33	4	4	3	3	4	3	4	4	4	29
34	3	3	3	4	4	3	4	3	3	27
35	4	4	3	3	4	3	4	4	4	29
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
37	4	4	4	4	3	3	3	3	3	28
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
39	3	3	3	3	3	3	3	3	4	24
40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	31
41	3	4	3	3	3	4	4	3	4	27
42	3	3	3	3	3	3	3	4	4	25
43	3	4	4	3	3	3	4	3	3	27
44	2	3	3	4	3	4	3	3	3	25
45	3	3	2	3	3	4	3	3	3	24
46	3	3	3	3	4	3	3	3	4	25
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
48	4	3	3	3	3	4	3	4	4	27
49	3	3	3	3	3	4	4	3	3	26
50	3	3	4	3	3	2	3	3	3	24
51	3	4	3	3	2	3	4	3	2	25
52	4	4	4	3	3	2	3	3	2	26
53	3	4	3	2	3	4	3	3	3	25
54	3	4	3	4	3	3	3	3	3	26
55	3	3	3	3	4	4	3	3	3	26
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	4	4	4	3	3	3	3	3	3	27
58	4	4	4	4	4	4	4	4	3	32
59	4	4	4	4	3	3	3	4	3	29
60	3	3	4	4	3	3	4	3	3	27
61	3	3	4	3	4	3	3	3	3	26
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	3	4	3	4	4	4	4	3	3	29
64	3	4	4	4	3	3	4	3	3	28
65	3	3	3	3	3	3	4	4	4	26

HASIL ANALISIS DATA

A. UJI VALIDITAS

1. Etika Bisnis Islam (X1)

		Correlations																		
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.2.1	X1.2.2	X1.2.3	X1.2.4	X1.3.1	X1.3.2	X1.3.3	X1.3.4	X1.4.1	X1.4.2	X1.4.3	X1.4.4	Total		
X1.1	Pearson Correlation	1	.321	.284	.088	.041	.061	.055	-.034	.117	.068	.067	.037	-.015	-.068	-.004	-.032	.302		
	Sig. (2-tailed)		.009	.022	.580	.744	.631	.664	.789	.351	.580	.594	.770	.904	.801	.978	.801	.015		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.2	Pearson Correlation	.321	1	.448	.201	.041	.123	.213	-.073	.012	.013	.206	.010	-.059	.160	.113	-.056	.401		
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.108	.745	.328	.089	.562	.925	.921	.099	.935	.639	.202	.372	.656	.001		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.3	Pearson Correlation	.284	.448	1	.304	.074	.102	.173	-.021	.107	-.076	.203	-.041	-.122	-.048	-.047	-.238	.303		
	Sig. (2-tailed)		.022	.000	.014	.558	.420	.167	.870	.394	.547	.105	.743	.334	.715	.710	.057	.014		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.4	Pearson Correlation	.088	.201	.304	1	.304	.283	.273	.332	.157	.167	.148	-.068	.066	-.121	-.052	-.193	.411		
	Sig. (2-tailed)		.580	.108	.014	.014	.034	.028	.007	.212	.185	.245	.590	.857	.335	.884	.123	.001		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.2.1	Pearson Correlation	.041	.041	.074	.304	1	.596	.277	.061	.228	.061	.111	.149	.271	.022	.169	.013	.516		
	Sig. (2-tailed)		.744	.745	.558	.014	.000	.026	.632	.067	.631	.380	.237	.029	.861	.179	.016	.001		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.2.2	Pearson Correlation	.061	.123	.102	.283	.596	1	.296	.085	.302	.263	.332	.000	.050	.054	.046	-.008	.545		
	Sig. (2-tailed)		.631	.228	.420	.034	.000	.017	.502	.015	.034	.007	1.000	.682	.668	.716	.948	.000		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.2.3	Pearson Correlation	.055	.213	.173	.273	.277	.296	1	.383	.313	.273	.156	-.029	.012	.164	.062	.057	.561		
	Sig. (2-tailed)		.664	.089	.167	.028	.026	.017	.002	.011	.028	.216	.818	.924	.191	.622	.652	.000		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.2.4	Pearson Correlation	-.034	-.073	-.021	.332	.061	.085	.383	1	.424	.332	-.041	.029	.157	.061	-.062	.096	.410		
	Sig. (2-tailed)		.789	.562	.870	.007	.632	.502	.002	.000	.007	.748	.818	.212	.632	.622	.445	.001		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.3.1	Pearson Correlation	.117	.012	.107	.157	.228	.302	.313	.424	1	.398	.244	.000	.119	.057	.000	.035	.524		
	Sig. (2-tailed)		.251	.825	.394	.212	.067	.015	.011	.000	.006	.550	1.000	.345	.651	1.000	.784	.000		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.3.2	Pearson Correlation	.068	.013	-.076	.167	.061	.263	.273	.332	.338	1	.259	.000	-.084	-.121	-.052	-.055	.356		
	Sig. (2-tailed)		.580	.821	.547	.185	.631	.034	.028	.007	.006	.037	1.000	.505	.335	.684	.602	.004		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.3.3	Pearson Correlation	.067	.206	.203	.146	.111	.332	.156	-.041	.244	.259	1	.028	-.038	-.048	.077	-.111	.387		
	Sig. (2-tailed)		.594	.099	.105	.245	.380	.007	.216	.748	.050	.037		.827	.776	.697	.544	.380		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.3.4	Pearson Correlation	.037	.010	-.041	-.068	.149	.000	-.029	.029	.000	.000	.028	1	.258	.149	.261	.335	.321		
	Sig. (2-tailed)		.770	.935	.743	.580	.237	1.000	.818	.818	1.000	.827		.038	.237	.036	.006	.009		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.4.1	Pearson Correlation	-.015	-.059	-.122	.056	.271	.050	.012	.157	.119	-.084	-.038	.258	1	.072	.377	.195	.335		
	Sig. (2-tailed)		.904	.638	.334	.657	.029	.682	.824	.212	.345	.505	.778	.038		.571	.002	.120		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.4.2	Pearson Correlation	-.068	.160	-.048	-.121	.022	.054	.164	.061	.057	-.121	-.048	.148	.072	1	.315	.493	.352		
	Sig. (2-tailed)		.601	.202	.715	.335	.861	.668	.191	.632	.651	.335	.687	.237	.571		.011	.000		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.4.3	Pearson Correlation	-.004	.113	-.047	-.052	.169	.048	.062	-.062	.000	-.052	.077	.261	.377	.315	1	.398	.427		
	Sig. (2-tailed)		.978	.372	.710	.884	.179	.716	.622	.622	1.000	.884	.544	.036	.002	.011		.001		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
X1.4.4	Pearson Correlation	-.032	-.056	-.238	-.193	.013	-.008	.057	.096	.035	-.055	-.111	.335	.195	.493	.398	1	.342		
	Sig. (2-tailed)		.801	.656	.057	.123	.916	.948	.652	.445	.784	.662	.380	.006	.120	.000	.001	.005		
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
Total	Pearson Correlation	.302	.401	.303	.411	.516	.545	.561	.410	.524	.356	.397	.321	.335	.352	.427	.342	1		
	Sig. (2-tailed)		.015	.001	.014	.001	.000	.000	.001	.000	.004	.001	.009	.006	.004	.000	.005			
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65		
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																				
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																				

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Kinerja Karyawan (X2)

Correlations													
		X2.1.1	X2.1.2	X2.1.3	X2.1.4	X2.2.1	X2.2.2	X2.2.3	X2.2.4	X2.3.1	X2.3.2	X2.3.3	Total
X2.1.1	Pearson Correlation	1	,365**	,262*	,090	-,051	-,091	,203	,264*	,244*	,178	,128	,480**
	Sig. (2-tailed)		,003	,035	,477	,685	,473	,105	,033	,050	,156	,311	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.1.2	Pearson Correlation	,365**	1	,396**	,166	-,051	,088	,071	,157	,051	,208	,185	,466**
	Sig. (2-tailed)	,003		,001	,186	,687	,486	,574	,212	,688	,096	,141	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.1.3	Pearson Correlation	,262*	,396**	1	,454**	-,109	-,026	-,035	-,099	,233	,083	,141	,408**
	Sig. (2-tailed)	,035	,001		,000	,386	,840	,783	,431	,062	,512	,262	,001
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.1.4	Pearson Correlation	,090	,166	,454**	1	,168	-,015	,151	,228	,177	,257*	,165	,542**
	Sig. (2-tailed)	,477	,186	,000		,180	,904	,230	,068	,158	,039	,189	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.2.1	Pearson Correlation	-,051	-,051	-,109	,168	1	,455**	,063	,058	,248*	,334**	,240	,436**
	Sig. (2-tailed)	,685	,687	,386	,180		,000	,616	,648	,047	,006	,054	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.2.2	Pearson Correlation	-,091	,088	-,026	-,015	,455**	1	,231	,026	,056	,342**	,440**	,425**
	Sig. (2-tailed)	,473	,486	,840	,904	,000		,064	,840	,657	,005	,000	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.2.3	Pearson Correlation	,203	,071	-,035	,151	,063	,231	1	,301*	,061	,304*	,089	,486**
	Sig. (2-tailed)	,105	,574	,783	,230	,616	,064		,015	,630	,014	,481	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.2.4	Pearson Correlation	,264*	,157	-,099	,228	,058	,026	,301*	1	,235	,223	,023	,507**
	Sig. (2-tailed)	,033	,212	,431	,068	,648	,840	,015		,059	,075	,855	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.3.1	Pearson Correlation	,244*	,051	,233	,177	,248*	,056	,061	,235	1	,390**	,367**	,547**
	Sig. (2-tailed)	,050	,688	,062	,158	,047	,657	,630	,059		,001	,003	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.3.2	Pearson Correlation	,178	,208	,083	,257*	,334**	,342**	,304*	,223	,390**	1	,259*	,666**
	Sig. (2-tailed)	,156	,096	,512	,039	,006	,005	,014	,075	,001		,037	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.3.3	Pearson Correlation	,128	,185	,141	,165	,240	,440**	,089	,023	,367**	,259*	1	,410**
	Sig. (2-tailed)	,311	,141	,262	,189	,054	,000	,481	,855	,003	,037		,001
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Total	Pearson Correlation	,480**	,466**	,408**	,542**	,436**	,425**	,486**	,507**	,547**	,666**	,410**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Loyalitas Karyawan (X3)

Correlations											
		X3.1.1	X3.1.2	X3.1.3	X3.2.1	X3.2.2	X3.2.3	X3.3.1	X3.3.2	X3.3.3	Total
X3.1.1	Pearson Correlation	1	.418**	.504**	.358**	.386**	.206	.381**	.501**	.308*	.708**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.003	.001	.100	.002	.000	.013	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X3.1.2	Pearson Correlation	.418**	1	.346**	.323**	.139	.132	.298*	.169	-.101	.527**
	Sig. (2-tailed)	.001		.005	.009	.269	.296	.016	.179	.423	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X3.1.3	Pearson Correlation	.504**	.346**	1	.543**	.472**	.108	.399**	.399**	.074	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.000	.000	.390	.001	.001	.556	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X3.2.1	Pearson Correlation	.358**	.323**	.543**	1	.503**	.421**	.434**	.561**	.195	.778**
	Sig. (2-tailed)	.003	.009	.000		.000	.000	.000	.000	.120	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X3.2.2	Pearson Correlation	.386**	.139	.472**	.503**	1	.457**	.294*	.479**	.243	.707**
	Sig. (2-tailed)	.001	.269	.000	.000		.000	.017	.000	.051	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X3.2.3	Pearson Correlation	.206	.132	.108	.421**	.457**	1	.278*	.337**	.230	.565**
	Sig. (2-tailed)	.100	.296	.390	.000	.000		.025	.006	.065	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X3.3.1	Pearson Correlation	.381**	.298*	.399**	.434**	.294*	.278*	1	.273*	.295*	.626**
	Sig. (2-tailed)	.002	.016	.001	.000	.017	.025		.028	.017	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X3.3.2	Pearson Correlation	.501**	.169	.399**	.561**	.479**	.337**	.273*	1	.403**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.179	.001	.000	.000	.006	.028		.001	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X3.3.3	Pearson Correlation	.308*	-.101	.074	.195	.243	.230	.295*	.403**	1	.311*
	Sig. (2-tailed)	.013	.423	.556	.120	.051	.065	.017	.001		.012
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Total	Pearson Correlation	.708**	.527**	.705**	.778**	.707**	.565**	.626**	.697**	.311*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.012	
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations											
		Y.1.1	Y.1.2	Y.1.3	Y.2.1	Y.2.2	Y.2.3	Y.3.1	Y.3.2	Y.3.3	Total
Y.1.1	Pearson Correlation	1	.499**	.224	.092	.215	.069	-.050	.336**	.143	.565**
	Sig. (2-tailed)		.000	.073	.468	.086	.586	.692	.006	.255	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.1.2	Pearson Correlation	.499**	1	.332**	.081	.071	.035	.334**	.071	-.182	.571**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.521	.576	.780	.006	.576	.146	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.1.3	Pearson Correlation	.224	.332**	1	.266*	.339**	-.131	.212	.109	-.060	.564**
	Sig. (2-tailed)	.073	.007		.032	.006	.298	.090	.388	.632	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.2.1	Pearson Correlation	.092	.081	.266*	1	.149	.073	.109	.207	.124	.480**
	Sig. (2-tailed)	.468	.521	.032		.235	.566	.386	.098	.325	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.2.2	Pearson Correlation	.215	.071	.339**	.149	1	.239	.134	.154	.366**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.086	.576	.006	.235		.056	.287	.220	.003	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.2.3	Pearson Correlation	.069	.035	-.131	.073	.239	1	.157	.182	.223	.397**
	Sig. (2-tailed)	.586	.780	.298	.566	.056		.211	.147	.074	.001
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.3.1	Pearson Correlation	-.050	.334**	.212	.109	.134	.157	1	.257*	.143	.509**
	Sig. (2-tailed)	.692	.006	.090	.386	.287	.211		.039	.257	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.3.2	Pearson Correlation	.336**	.071	.109	.207	.154	.182	.257*	1	.533**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.006	.576	.388	.098	.220	.147	.039		.000	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.3.3	Pearson Correlation	.143	-.182	-.060	.124	.366**	.223	.143	.533**	1	.308*
	Sig. (2-tailed)	.255	.146	.632	.325	.003	.074	.257	.000		.013
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Total	Pearson Correlation	.565**	.571**	.564**	.480**	.550**	.397**	.509**	.550**	.308*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.013	
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											

B. *UJI REABILITAS*

1. ETIKA BISNIS ISLAM (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	65	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	65	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in			

Reliability	
Cronbach's Alpha	N of Items
,660	16

2. KINERJA KARYAWAN (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	65	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	65	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in			

Reliability	
Cronbach's Alpha	N of Items
,692	11

3. LOYALITAS KARYAWAN (X3)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	65	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	65	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in			

Reliability	
Cronbach's Alpha	N of Items
,809	9

4. KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	65	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	65	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in			

Reliability	
Cronbach's Alpha	N of Items
,643	9

C. UJI NORMALITAS

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	loyalitas karyawan, etika bisnis islam, kinerja karyawan ^b		Enter
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 ^a	.795	.345	1.749
a. Predictors: (Constant), loyalitas karyawan, etika bisnis islam, kinerja karyawan				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	112,077	3	37,359	12,217	.000 ^b
	Residual	186,538	61	3,058		
	Total	298,615	64			
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						
b. Predictors: (Constant), loyalitas karyawan, etika bisnis islam, kinerja karyawan						

Coefficients ^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.847	3.993		2.466	.016
	etika bisnis islam	.268	.073	.109	3.939	.002
	kinerja karyawan	.396	.095	.485	4.162	.000
	loyalitas karyawan	.259	.086	.325	3.011	.004

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen



KOPPONTREN AUSATH
KOPERASI PONDOK PESANTREN ATAS USAHA THULLAB
YAYASAN PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BLOKAGUNG
BADAN HUKUM: 7762/BH/II/1994

Office: Pon-Pes Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur Telp (0333) 847162/ 846368

SURAT KETERANGAN

NO: 51.1.1/14/BUMP/B.7./VII/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Umum Koppontren Ausath Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, menerangkan bahwa :

NAMA : AHMAD AGUS MUNANDAR

NIM : 2113111046

JURUSAN : EKONOMI SYARIAH

Telah melakukan penelitian di Koppontren Ausath dengan judul:
"PENGARUH PENERAPAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM, KINERJA KARYAWAN, LOYALITAS KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPPONTREN AUSATH MART DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI".

Demikian surat keterangan dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Blokagung, 10 Juni 2025

Ketua Koppontren Ausath



Dr. H. AHMAD MUNIB SYAFA'AT, Lc., M.E.I

prestasiindonesia001@gmail.com 1

SKRIPSI AHMAD AGUS MUNANDAR NIM 2113111046.docx

YIC 2
Mechanical Engineering
An Giang University

Document Details

Submission ID
trnoid: 13287927454

Submission Date
Jun 30, 2025, 10:14 PM GMT+7

Download Date
Jun 30, 2025, 10:17 PM GMT+7

File Name
SKRIPSI_AHMAD_AGUS_MUNANDAR_NIM_2113111046.docx

File Size
510.9 KB

87 Pages
18,149 Words
118,631 Characters



23% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 22%  Internet sources
- 13%  Publications
- 8%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.



Aktivitas pelayanan pelanggan saat melakukan pembayaran, hal ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan memastikan pemahaman yang baik tentang produk yang ditawarkan.

Sumber ini berdasarkan tgl; 02, Juni, 2025.



Dokumentasi pengolahan data transaksi yang terjadi selama periode penelitian, menggunakan software akuntansi. Kegiatan ini merupakan bagian penting dari proses pencatatan data untuk analisis lebih lanjut.

Sumber ini berdasarkan tgl; 02, Juni, 2025.



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Alamat : PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi, No Hp : 08113129333
E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id, Kode Pos : 68491

PENGESAHAN REVISI UJIAN SKRIPSI
TAHUN AKADEMIK 2024/2025

Nama : Ahmad Agus Munandar
NIM : 211314046
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy) / Perbankan Syariah (PSy)
Judul : Pengaruh penerapan prinsip
Etika Bisnis Islam. Terhadap
Gegayaan. Logo Citas Perbankan
terhadap kepuasan konsumen
pada perbankan Syariah awart.

Telah dilakukan revisi sesuai dengan catatan dari hasil ujian yang telah
dilaksanakan pada sidang Ujian Skripsi pada hari Kamis tanggal
21. Juli. 2025.

Blokagung, 09. Agustus 2025

Pembimbing

Lely
Lely Bati Suman.



Mengetahui,
Dekan

[Signature]
Dr. Hj. Lely Ana Ferawati E, SE., MH., MM., CRP.
NIP. 3150425027901

*) Lembar pengesahan revisi ujian skripsi ini digunakan sebagai salah satu syarat
pengumpulan hasil berkas skripsi (data pendukung skripsi)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ahmad Agus munandar
 NIM : 2113111046
 TTL : Sindang Sari, 13 Agustus 2003
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Agama : Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah (Esy)
 Telpn : 081358811514
 Alamat : Dsn.I, Rt.001/Rw.000
 Desa Sindang Sari Kecamatan Lempuing
 Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumsel

Riwayat Pendidikan Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah/Perguruan Tinggi
TK	2006	2007	TK Sumber Agung
SD	2008	2014	SDN 1 Sindang Sari
MTS	2015	2017	MTs Al - Islam
SMK	2018	2020	SMK Darussalam
SARJANA	2021	2025	Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA)

Riwayat Pendidikan Non Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah/Perguruan Tinggi
Ula	2018	2019	Madrasah Diniyyah Al-Amiriyyah PonPes Darussalam Blokagung Banyuwangi
Wustha	2019	2021	
Ulya	2021	2023	

Banyuwangi, 01 Juli 2025

Ahmad Agus Munandar

