

## ABSTRAK

Fuad, Asharul, 2022 “PENGARUH PENGETAHUAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU PEDAGANG MUSLIM (Studi Kasus di Pasar Embong Desa Banyubang Lamongan)” Unisda Lamongan Pembimbing (1) Syuhada’, M.E.I (2) Nurwinskyah Rohmaningtyas, S.H.I., M.SEI.

Kata Kunci : Pengetahuan Etika Bisnis Islami, Religiusitas dan Perilaku pedagang

Islam merupakan agama yang dianut oleh sebagian besar pedagang pasar, memiliki sumber hukum berupa Al Qur’an dan sunnah Rasul. Di dalam kedua sumber hukum tersebut terdapat aturan mengenai tata cara bisnis yang beretika. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim, baik itu secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian berjumlah 156 pedagang, diantaranya adalah pedagang yang berada di lingkungan pasar, meliputi pedagang sayur, pedagang pakaian, pedagang ikan dll. Dan sampel yang diambil sebanyak 61 pedagang dengan menggunakan teknik simple random sampling. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, selanjutnya data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Untuk menguji hipotesis digunakan uji parsial (t test) dan uji simultan (F test) pada taraf signifikansi 5%. Untuk mengetahui kontribusi variabel dependen terhadap variabel independen, digunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan etika bisnis Islam ( $X_1$ ) terhadap variabel perilaku pedagang ( $Y$ ). sedangkan untuk variabel religiusitas ( $X_2$ ) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku pedagang ( $Y$ ). dan secara uji simultan (uji-F) diperoleh nilai F hitung sebesar 29.150 dengan probabilitas signifikansi  $0.000 < 0.05$ , sehingga dapat dikatakan bahwa secara bersama-sama variabel pengetahuan etika bisnis islam dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku pedagang muslim. Hal ini juga dapat dilihat dari persamaan regresi linier berganda sebagai berikut  $Y = 5,854 + 0,702 (X_1) + 0,027 (X_2)$  berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi dari masing-masing variabel independen bernilai positif, artinya variabel pengetahuan etika bisnis islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang.