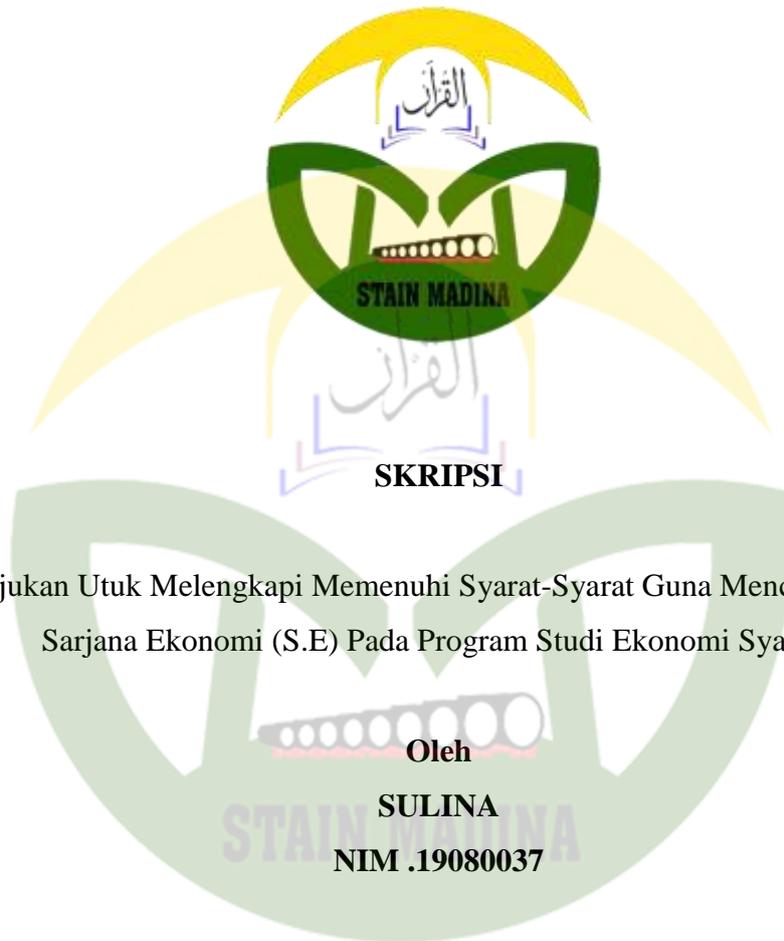


**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN  
MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO RY. LUBIS AEK GALOGA  
PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL**



Diajukan Untuk Melengkapi Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh  
**SULINA**  
**NIM .19080037**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2023**

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN  
MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO R.Y.LUBIS AEK GALOGA,  
PANYABUNGAN KAB. MANDAILING NATAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program  
Sarjana Ekonomi Syariah ( S.E)**



Oleh

**SULINA**

**NIM : 19080037**

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

  
**ERNI YUSNITA SIREGAR, M.E**

**NIP. 199006102019032021**

  
**NUR INTAN SIREGAR M.E**

**NIP. 198610212019032008**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2023**

**SURAT PENYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SULINA  
NIM : 19080037  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tempat/ Tgl Lahir : Banjar Aur Utara, 09 Juni 1996  
Alamat : Banjar Aur Utara, kec. Sinunukan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **“Pengaruh Rtika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko RY Lubis Aek Galoga Panyabungan Kab. Mandailing Natal”** adalah benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab penuh atas semua yang termuat di dalamnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Panyabungan, 12 September 2023

Hormat saya,



**SULINA**  
**NIM. 19080037**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama SULINA, NIM, 19080037 dengan judul skripsi “ Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Toko RY.Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal” memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya

Panyabungan, 12 September 2023

PEMBIMBING I



ERNI YUSNITA SIREGAR, M.E  
NIP. 199006102019032021

PEMBIMBING II



NUK INTAN SIREGAR, M.E  
NIP. 198610212019032008

STAIN MADINA

## LEMBAR PENGESAHAN MUNAQASYAH

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal". a.n Sulina, NIM, 19080037. Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 18 September 2023.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/ NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Ian Alfian, M.E NIP. 199211152019031018	Ketua Penguji I		07/10/2023
2	Drs. Hamonangan, M.Si NIP.196507282003121001	Sekretaris/ Penguji II		30/09-2023
3	Erni Yusnita Siregar, M.E NIP.199006102019032021	Penguji III		09/10-2023
4	Nur Intan Siregar M.E NIP.198610212019032008	Penguji IV		05/10-2023

Mandailing Natal, 12 September 2023

Mengetahui

Ketua STAIN Mandailing Natal



Prof. Dr. H. Sumper Muli Harahap, M.Ag  
NIP.197203132003121002

**NOTASI DINAS**

Mandailing Natal, 12 September 2023

Nomor : --  
Lampiran : --  
Perihal : Skripsi a.n Sulina

Kepada Yth.  
Bapak Ketua STAI MADINA  
di

Panyabungan

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n sulina , NIM 19080037 yang berjudul "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kab. Mandailing Natal.", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA)

Untuk itu dalam waktu dekat, kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami ucapkan, dan atas perhatian bapak/ibuk kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

PEMBIMBING I



Erni Yusnita Siregar, M.E  
NIP.199006102019032021

PEMBIMBING II



Nur Irfan Siregar M.E  
NIP.198610212019032008

## DAFTAR ISI

SAMPUL .....	i
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
NOTA DINAS .....	v
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Defenisi Operasional Variabel .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	10
B. Hasil Penelitian Yang Relevan .....	22
C. Kerangka Berpikir .....	25
D. Hipotesis Penelitian .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	27
C. Sumber Data .....	27
D. Populasi dan Sampel .....	27
E. Teknis Pengumpulan Data .....	29
F. Teknis Analisis Data .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian ..... 35

B. Hasil Penelitian ..... 36

C. Pembahasan..... 54

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 59

B. Saran ..... 60

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

1.1 Omset Penjualan Toko RY Lubis .....	3
2.1 Operasional Penelitian .....	8
3.1 Skala Likert .....	30
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
4.2 Responden Berdasarkan Umur .....	37
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
4.4 Tanggapan Responden Variabel Keadilan .....	38
4.5 Tanggapan Responden Variabel Kejujuran .....	39
4.6 Tanggapan Responden Variabel Ihsan .....	40
4.7 Tanggapan Responden Variabel Minat Beli Konsumen .....	41
4.8 Uji Validitas Keadilan .....	42
4.9 Uji Validitas Kejujuran .....	42
4.10 Uji Validitas Ihsan/Murah hati .....	43
4.11 Uji Validitas Minat Beli Konsumen .....	43
4.12 Uji Reabilitas .....	44
4.13 Uji Normalitas .....	45
4.14 Uji Multikoloniaritas .....	46
4.15 Uji Heteroskedastisitas .....	47
4.16 Uji Autokorelasi .....	48
4.17 Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
4.18 Uji T .....	51
4.19 Uji F .....	53

**DAFTAR GAMBAR**

2.1 Kerangka Berpikir..... 25



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuisioner .....	54
Lampiran 2 Skor Penelitian .....	73
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas .....	83
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik .....	88
Lampiran 5 Uji Hipotesis.....	90
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	110
Lampiran 7 Biodata .....	112
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian .....	113
Lampiran 9 Surat Balasan Penelitian.....	114



## ABSTRAK

**Sulina. (NIM: 19080037). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan minat beli konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini dilaksanakan di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode statistik dengan pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *sampling* yaitu non probability sampling, sampel penelitian ini sebanyak 87 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati. Penelitian ini menggunakan data primer dengan mengumpulkan datanya dengan kusioner, ovservasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif, Uji validitas dan Reabilitas, Asumsi klasik, Analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis, dengan bantuan SPSS 22. Hasil dari penelitian yang didapatkan dengan menggunakan uji T dan uji F menunjukkan bahwa variabel Keadilan positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan perolehan T tabel  $3.788 > 1.663$  T hitung. Kejujuran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan perolehan T tabel  $2.904 > 1.663$  T hitung. Ihsan/murah hati berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan peroleha T tabel  $11.887 > 1.663$  T hitung. Dan secara simultan atau bersama-sama keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan perolehan F hitung  $177.496 > 2.71$  F hitung. Sehingga  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak. Artinya pihak toko sudah mampu menerapkan prinsip keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati sehingga memenuhi minat beli konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal.

**Kata kunci :** *Etika Bisnis Islam, Keadilan, Kejujuran, Ihsan/Murah Hati, Minat Beli Konsumen*

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa atas segala limpah rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kita semua, serta tak lupa pula sholawat besertakan salam kita curahkan kepada kepangkuan Nabi Besar Muhammada SAW, yang mana beliaulah membawa kita dari zaman kebodohan kepada zaman yang penuh penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti kita rasakan ini. Hingga dari pada itu penulis bisa melakukan penelitian dan dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal”.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mengalami kendala dan pasang surut semangat. Namun berkat motivasi, bimbingan materi, doa, dukungan dan sumbangsih pemikirannya dari berbagai pihak, semoga apa yang diberikan menjadi suatu yang bermanfaat dan bernilai ibadah dihadapan Allah SWT. Untuk itu tanpa mengurangi rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat

1. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Marzuki lubis dan Pintu surgaku, Ibunda Rosni simanjuntak, yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, pengorbanan, didikan moral, memotivasi, dan doa, mendukung baik moril dan materil selalu tiada hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal
3. Bapak Faisal Affandi, M.E.I selaku ketua program studi ekonomi syariah dan Bapak Faisal Rahmat, M.E selaku sekertaris program studi ekonomi syariah
4. Ibuk Erni Yusnita Siregar, M.E dan Ibu Nurintan Siregar, M.E selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikn arahan, masukan, serta bimbingan dan telah banyak mengorbankan waktunya dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan ibu staf/dosen program studi ekonomi syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.
6. Pihak Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal yang telah mengizinkan dan bekerja sama sehingga penelitian dapat melakukan penelitiannya di toko ini dengan mudah.
7. Ucapan terimakasih kepada Sembilan saudara kandung saya abang dan kakak, Nila sari, Batman, Sari melati, Ummi kalsum, Helmi suhaida, Safrudin, Askolan, Netti herawati, Rahma dani. Serta abang ipar dan kakak ipar yang selalu membantu dan mendukung serta semua yang telah diberikan yang tak ternilai harganya.
8. Sahabat terbaik Marlina Mahyuni Nasution S.E yang telah menemani penulis dari mulai awal masuk kuliah sampai hari ini yang telah memberikan dukungan dan memberikan warna hidup dalam penulis selama menempuh pendidikan pada Program Studi Ekonomi Syariah.
9. Abdar, yang selalu menjadi support system dan memberikan masukan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini membantu mencari referensi kepada penulis dan telah meluangkan waktunya mendengarkan keluh kesah dan menyemangati dalam berbagai hal selama di bangku perkuliahan.
10. Teman-Teman Tiara purnama sari, Lia Ulfa sari, Wakiah dan semua angkatan 2019 terutama teman seperjuangan ekonomi syariah kelas A.
11. Seluruh keluarga besar. Keponakan-keponakan yang telah membantu memberi dukungan dan semangat, serta menjadi alasan penulis bersemangat agar menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Panyabungan, 12 September 2023



SULINA

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Rakyat Indonesia yang sebagian besar beragama Islam, tidak banyak mengetahui akan ajaran Islam tentang pekerjaan dibidang bisnis. Dalam perekonomian, etika menuntut adanya pedagang yang menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam teori dan sistem perekonomian Islam. Dengan kata lain harus ada manusia yang berperilaku, berahlak secara profesional dalam bidang ekonomi baik itu dalam posisi produsen, konsumen pengusaha, karyawan ataupun pejabat pemerintah. Karena sesungguhnya etika bisnis merupakan cara melalui norma dan ketentuan yang dinilai baik ataupun buruk dalam berperilaku melakukan kegiatan bisnis, hal itu mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu perusahaan dan juga masyarakat (Prihanto, 2018).

Islam memandang menghalalkan usaha perdagangan, bisnis, dan atau jual beli. Namun tentu saja untuk orang yang menjalankan usaha perdagangan atau bisnis secara Islam, dituntut menggunakan tata cara khusus, ada aturan mainnya yang mengatur bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha di bidang perdagangan. Mencerminkan watak, perilaku dan moral para pelakunya, yang di kenal dengan ahlak (Farid, 2017). Dalam bermuamalah selain mencari keuntungan pedagang juga mencari ridho ilahi dari Allah SWT. Dengan menjual barang-barang halal dan menghindari barang yang tidak boleh di perjual belikan, serta harus bisa membuat barang dagangannya semenarik mungkin agar konsumen ataupun si pembeli tertarik berbelanja ataupun membeli barang dagangan si penjual demi meningkatkan minat beli konsumen (Yuniarti, 2015). Konsumen merupakan pengguna barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup. Maka dengan itu hal ini menuntut setiap pebisnis untuk dapat bersaing dengan pebisnis lain dan tetap memperhatikan etika bisnis.

Tujuan dari etika adalah agar manusia mengetahui dan mampu mempertanggung jawabkan apa yang ia lakukan. Dalam praktek bisnis kita dapat menemukan cara pandang masyarakat tentang bagaimana mereka melakukan kegiatan atau transaksi bisnis dengan tujuan mendapatkan nilai ekonomi sebagaimana yang diekspektasikan bagi sebagian pelaku bisnis beranggapan bahwa urusan bisnis adalah urusan mendapatkan manfaat ekonomi sebanyak-banyaknya sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang yang tak terbatas, atau tujuan kesejahteraan (Antoni, 2018). Dalam pelaksanaan etika bisnis Islam ada beberapa konsep etika bisnis Islam yang harus kita pahami yaitu:

- a) Konsep ketuhanan, dalam bidang bisnis, ajaran Tuhan meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berkenaan dengan transaksi. Semua hal yang menyangkut dan berhubungan dengan harta benda hendaknya dilihat dan dihukumi dengan dua kriteria halal atau haram.
- b) Konsep ihsan/murah hati, dalam kegiatan transaksi jualan beli, sikap ihsan/murah hati sangat di tuntut dalam diri seorang pebisnis, dan harus di tanamamkan dan di terapkan dalam diri seorang pebisnis termaksud penjual. Seorang penjual harus menyampaikan informasi dengan ramah dan gaya bicara yang sopan.
- c) Konsep kejujuran, dalam kegiatan berbisnis, Islam mengajarkan setiap bermuamalah selalu menerapkan dan melakukan dengan cara yang jujur dan mengatakan yang sebenarnya.
- d) Konsep adil, prinsip ini mengajarkan manusia agar dapat berlaku adil dalam segala perilaku, terutama dalam konteks bisnis.
- e) Konsep amanat, dengan sifat amanat para penjual dan pembeli akan memiliki sifat tidak saling mencurigai bahkan tidak khawatir walau barangnya ditangan orang lain. Memulai bisnis biasanya atas dasar kepercayaan. Oleh sebab itu, amanat adalah komponen penting dalam transaksi jual beli.

Permasalahannya sekarang banyak kalangan masyarakat lebih memilih merintis usaha sendiri dibandingkan dengan orang lain dengan berbagai alasan. Segmen yang menarik untuk dibicarakan sekarang adalah tentang penerapan etika bisnis Islam di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Toko ini merupakan warung grosir dan eceran yang menyediakan berbagai macam bahan pokok makanan, mulai dari beras, minyak, telur, gula, jajanan, sabun rokok, dan lain-lain. Toko ini beroperasi mulai pukul 07.00 wib hingga pukul 22.00 wib. Penulis memilih tempat ini sebagai objek penelitian alasannya karena dilihat dari omset penjualan Toko RY. Lubis mengalami penurunan dari tahun-ketahun, sehingga penulis ingin melihat sejauh mana perilaku pedagang toko menerapkan prinsip etika bisnis yang terkandung dalam teori ajaran Islam.

Berikut data omset penjualan Toko RY. Lubis lima tahun terakhir.

**Tabel 1.1**  
**Omset Penjualan Toko R.Y Lubis Aek Galoga**

No	Tahun	Jumlah Penjualan (Rp)
1	2018	Rp.720.000.000
2	2019	Rp.540.000.000
3	2020	Rp.432.000.000
4	2021	Rp.360.000.000
5	2022	Rp.288.000.000

Sumber: Laporan Toko RY. Lubis Aek Galoga 2023

Pada tabel 1.1 diatas merupakan omset penjualan toko RY. Lubis Aek Galoga dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Dalam tabel diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2018 omset toko masih stabil dari tahun sebelumnya sebesar Rp.720.000.000. Omset penjualan mengalami penurunan pada tahun 2019 menjadi 540.000.000. Lalu di tahun 2020

menurun menjadi 432.000.000. Dan pada tahun 2021 omset tersebut pun menjadi Rp.360.000.000 tetapi omset itu pun menurun kembali pada tahun 2022 menjadi Rp. 288.000.000. Dari hasil wawancara dengan pak rahmat pemilik toko, penyebab turunnya omset penjualan tersebut karena adanya covid-19, tingkat pendapatan dan kebutuhan masyarakat rendah sehingga menyebabkan berkurangnya minat beli konsumen.

Dari data di atas terlihat bahwa omset penjualan Toko R.Y Lubis Aek Galoga mengalami penurunan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini harus diperhatikan oleh pemilik toko, pedagang harus menganalisa penyebab turunnya omset penjualannya dikarenakan covid-19 atau karena faktor lainnya. Maka dari itu, penjual harus peka terhadap etika bisnis demi kelancaran usahanya. Dari pembahasan di atas peneliti mengangkat tiga indikator etika bisnis Islam yang sesuai dan dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu prinsip keadilan, prinsip kejujuran dan prinsip ihsan/murah hati. Dimana prinsip keadilan menurut (Albab & Amufid, 2018) merupakan perilaku yang seimbang, dalam melakukan bisnisnya beliau mengutamakan keseimbangan. Misalnya seperti seorang pedagang ingin menjual barang dagangannya, barang tersebut merupakan sebuah barang kering dan ingin ditukarkan kembali tetapi penukaran tersebut harus dengan barang kering tidak diperbolehkan dengan barang basah.

Selanjutnya prinsip kejujuran (Alma, 2017), dalam konteks ini kejujuran merupakan sifat yang paling mendasar dalam membangun relasi yang harmonis antara penjual dan pembeli, pembeli atau konsumen khususnya yang muslim sangat mendambakan transaksi perdagangan yang dilakukan dengan landasan etika bisnis Islam yakni prinsip kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangangan.

Kemudian prinsip ihsan/murah hati artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat (Beekun, 2004).

Dari pernyataan tersebut dengan menerapkannya etika bisnis Islam akan mempengaruhi minat beli konsumen. Dan untuk melihat fenomena ini, Penulis ingin menganalisis variabel-variabel etika bisnis yang meliputi, keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati, bagaimana pengaruhnya terhadap minat beli konsumen. Yang selanjutnya penulis rangkum dengan judul penelitian **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan. Kabupaten Mandailing Natal”**.

### **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari yang dipersoalkan maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini yaitu, **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal”**.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh konsep keadilan terhadap minat beli konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal?
2. Bagaimana pengaruh konsep kejujuran terhadap minat beli konsumen di Toko RY Lubis Aek Galoga Panyabunga, Kabupaten Mandailing Natal?
3. Bagaimana pengaruh konsep ihsan/murah hati terhadap minat beli konsumen di Toko RY Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal?
4. Bagaimana pengaruh konsep kejujuran, keadilan, ihsan/murah hati secara simultan di Toko RY Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan konsep keadilan terhadap minat beli konsumen di Toko R.Y Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal.
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan konsep kejujuran terhadap minat beli konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal.
3. Untuk mengetahui pengaruh penerapan konsep ihsan/murah hati terhadap minat beli konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal.
4. Untuk mengetahui pengaruh penerapan konsep kejujuran, keadilan, ihsan /murah hati secara simultan di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis. Dapat untuk memperkaya khasanah ilmu bagi pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat secara umum tentang etika bisnis dalam ekonomi Islam
2. Secara praktis. Dari hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan serta gambaran mengenai bagaimana cara menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam agar dapat meningkatkan minat beli konsumen yang pada akhirnya akan membawa dampak positif dan sebagai bahan pertimbangan dalam hal perbaikan kemajuan kedepannya.

#### **F. Defenisi Operasional Variabel**

##### 1) Variabel Bebas

Variabel Independent (variabel bebas) yang disimbolkan dengan X, yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain, variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah etika bisnis Islam yang meliputi (keadilan. Kejujuran. Ihsan/murah hati).

- 2) Variabel Devendent (variabel terikat) yang disimbolkan dengan Y, yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan minat beli konsumen di Toko RY. Lubis Aek Galoga Panyabungan Kabupaten Mandailing Nata
- a. Keadilan(X1) adalah prilaku yang seimbang, dalam melakukan bisnisnya beliau mengutamakan keseimbangan. Misalnya seperti seorang pedagang ingin menjual barang dagangannya, barang tersebut merupakan sebuah barang kering dan ingin ditukarkan kembali tetapi penukaran tersebut harus dengan barang kering tidak diperbolehkan dengan barang basah, (Albab & Amufid, 2018)
  - b. Kejujuran (X2) adalah sikap seseorang yang benar dalam segala kondisi baik dalam segala kondisi baik dalam niat ucapan maupun perbuatan, dan mereka benar-benar dalam keimanan dan ketaatan kepada Allah ( Menne, 2017)
  - c. Ihsan/murah hati (X3) artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat (Beekun, 2004)
  - d. Minat beli (Y) Minat beli merupakan rasa tertarik atau rasa ingin terhadap suatu objek yang di lihatnya yang timbul dari dalam diri atau sikap individu sehingga timbullah serangkaian tingkah laku respon positif agar melakukan keputusan pembelian Minat beli (Bobby & Lenni: 2022)

**Tabel 2.1**  
**Operasional Variabel**

No1	Variabel	Indikator	Skala
1	Keadilan (X1) (Albab & Amufid, 2018)	a. Tidak membedakan antara sesama konsumen b. Tidak ada deskriminasi dalam bentuk apapun c. Tidak mengurangi timbangan ataupun ukuraan	Likert 1-5
2.	Kejujuran (X2) (Menne, 2017)	a. Menyampaikan sesuai dengan kondisi barang b. Tidak menyembunyikan cacat barang c. Tidak memanipulasi fakta/informasi	Likert 1-5
3	Ihsan/murah hati (X3) (Beekun, 2004)	a. Ramah, sopan santun dan senyum dalam melayani b. Memberikan	Likert 1-5

		<p>kelonggaran waktu kepada pihak yang terhutang</p> <p>c. Memberikan penawaran harga terhadap pelanggan</p>	
4	<p>Minat beli (Y)</p> <p>(Bobby &amp; Lenni, 2022)</p>	<p>a. Dorongan dari dalam individu</p> <p>b. Motif rasional</p> <p>c. Motif emosional</p>	<p>Likert</p> <p>1-5</p>

