



**PENGARUH ETIKA BISNIS UD SUMBER JAYA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI PASAR MIMBAAN KECAMATAN PANJI
KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

**Oleh
Musayana
NIM 100210301069**

**POROGAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN ILMU PENDIDIKAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2017



**PENGARUH ETIKA BISNIS UD SUMBER JAYA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI PASAR MIMBAAN KECAMATAN PANJI
KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

**MUSAYANA
100210301069**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2017

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang selama ini mendukung saya, memberi semangat serta do'a sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini:

1. Ibunda tercinta Maimuna dan Ayahanda tercinta Ali wahyudi, terima kasih atas semua do'a, ketulusan cinta, kasih sayang, bimbingan, dukungan, kesabaran, dan pengorbanan yang tiada henti;
2. Kakakku tercinta Edy wahyudi dan Mai Syarotuljannah terimakasih untuk dukungannya dan motivasinya selama ini;
3. Bapak/Ibu Guruku mulai tingkat TK, SD, SMP, dan SMA, dan Bapak/Ibu Dosen yang terhormat di Pendidikan Ekonomi-FKIP-Universitas Jember, serta semua orang yang telah dengan tulus memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, pengalaman dengan penuh kesabaran dan keikhlasan;
4. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

MOTTO

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” **

(QS. Al-Baqarah: 286)

*“Suatu pekerjaan yang paling tak kunjung bisa terselesaikan adalah pekerjaan yang tak pernah di mulai” **)*

(JRR. Tolkien)

*) Terjemahan Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 286

**) JRR. Tolkien

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUSAYANA

NIM : 100210301069

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Etika Bisnis UD. Sumber Jaya terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan serta bersedia mendapat sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 Juni 2017
Yang menyatakan,

Musayana
NIM 100210301069

PERSETUJUAN

**PENGARUH ETIKA BISNIS UD SUMBER JAYA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI PASAR MIMBAAN KECAMATAN PANJI KABUPATEN
SITUBONDO**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

Nama Mahasiswa : Musayana
NIM : 100210301069
Angkatan Tahun : 2010
Tempat, Tanggal Lahir : Situbondo, 12 Agustus 1992
Jurusan/Program Studi : P.IPS/P.Ekonomi

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Bambang Suyadi M.Si

NIP. 19530605 198403 1 003

Drs. Pudjo Suharso M.Si

NIP. 1959 1116 198601 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Pengaruh Etika Bisnis UD. Sumber Jaya Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo**” telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada :

Hari, tanggal : 12 Juni 2017

Jam : 09.00 WIB - Selesai

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Bambang Suyadi, M.Si

NIP. 19530605 198403 1 003

Drs. Pudjo Suharso, M.Si

NIP. 1959 1116 198601 1 001

Anggota I,

Anggota II,

Dr. Sukidin, M.Pd

NIP. 19660323 199301 1 001

Titin Kartini, S.Pd., M.Pd

NIP. 19801205 200604 1 001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember,

Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D

NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

Pengaruh Etika Bisnis UD. Sumber Jaya terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo, Musayana, 100210301069, 2017, 51 halaman, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Pada dasarnya banyak hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya yaitu etika bisnis, dimana nilai etika bisnis tersebut di implementasikan oleh setiap pelaku bisnis dan dipertanggungjawabkan demi keberlangsungan usahanya. Ciri-ciri pelaku usaha yang menerapkan etika bisnis yaitu bersikap jujur dalam menjalankan usahanya, adil dalam memperakukan konsumen dan siap bertanggungjawab atas semua tindakan yang diambilnya. Adanya etika bisnis yang diterapkan dengan baik oleh pelaku usaha akan membuat keuntungan tersendiri bagi pelaku bisnis. Hal tersebut juga terjadi pada UD. Sumber Jaya yaitu kios yang menjual barang pecah belah yang ada dipasar Mimbaan Situbondo yang berdiri sejak tahun 70 an. Dimana UD. Sumber Jaya menerapkan etika bisnis yang tinggi meliputi jujur dalam menjual barang, adil dalam memperlakukan konsumen dan ramah dalam melayani konsumen, maka diharapkan akan meningkatkan kepuasan konsumen UD. Sumber Jaya yang akan membuat konsumen membeli kembali diwaktu yang akan datang dan merekomendasikan UD. Sumber Jaya terhadap orang lain. Maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah adakah pengaruh yang signifikan etika bisnis UD. Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen dipasar Mimbaan Situbondo.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*, sedangkan untuk menentukan responden penelitian menggunakan populasi sebanyak 210 dan ditarik sampel sebanyak 68 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode: angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis inferensial yang terdiri dari persamaan regresi linier sederhana, analisis varian garis regresi, efektifitas garis regresi dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis UD. Sumber Jaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Hasil pengolahan data dibuktikan dengan menggunakan uji F menghasilkan yaitu $F_{hitung} = 140.527 > F_{tabel} = 3.9819$ dengan tingkat signifikan $F = 0,000 < = 0,05$ dan koefisien determinasi (R_{square}) sebesar 0,680 atau 68% sedangkan sisanya 32% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian antara lain harga, kualitas produk dan lainnya.



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan naskah skripsi ini. Penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Drs, Dafik, M.Se, Ph.D selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember;
2. Dr. Sukidin, M.Pd selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Bambang Suyadi M.Si selaku Dosen Pembimbing I, dan Dr Drs. Pudjo Suharso, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan meluangkan waktunya dalam penulisan skripsi ini;
5. Dr. Sukidin, M.Pd dan Titin Kartini, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Penguji I dan Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan masukan dalam penulisan skripsi ini;
6. Kepala pasar Mimbaan Situbondo, pemilik UD Sumber Jaya dan konsumen UD. Sumber Jaya yang turut membantu dalam pengumpulan data skripsi ini;
7. Sahabat-sahabatku Riska, Romla, Erika dan Diana yang selalu membantu, menyumbangkan ide, memberikan semangat, dan do'a selama ini.
8. Ida, Aris, Diyah, Marta, Ayu, Rini, Agin, Bayu, Malik, Pipit dan semua teman-teman Pendidikan Ekonomi UNEJ angkatan 2010 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu membantu dan memberi semangat dengan tulus untuk segala urusan perkuliahan selama ini;
9. Teman-temanku kosan Halmahera 3 No. 6, Ida, Erfa, Risma, Nyoot, Lisa, Triana, Fitri, Cindy dan lainnya yang selalu memberikan semangat, menyumbangkan ide dan menemaniku selama berada di Kabupaten Jember ini.
10. Semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih untuk kalian semua.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 12 Juni 2017

Musayana



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori Etika Bisnis	8
2.2.1 Prinsip Prinsip Etika Bisnis	9
2.2.2. Indikator Etika Bisnis Pedagang.....	11
2.3. Dasar Teori Pasar Tradisional	14
2.3.1 Pasar	14
2.3.2 Pasar Tradisional	15

2.4. Dasar Teori Pedagang	16
2.5. Dasar Teori Kepuasan Konsumen	17
2.6. Keterkaitan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Konsumen	18
2.7 Kerangka Berfikir	20
2.8 Hipotesis	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	21
3.3 Metode Penentuan populasi dan sampel	22
3.4 Definisi Operasional Variabel	22
3.5 Sumber Data.....	24
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.6.1 Metode Observasi	24
3.6.2 Metode Angket.....	25
3.6.3 Metode Wawancara.....	25
3.6.4 Metode Dokumentasi	25
3.7 Tehnik Pengolahan Data	26
3.7.1 Editing.....	26
3.7.2 Skoring.....	26
3.7.3 Tabulasi	27
3.8 Uji Instrumen Data.....	27
3.8.1 Uji Validitas	27
3.8.2 Uji Reliabilitas	28
3.9 Metode Analisis Data	29
3.9.1 Analisis Regresi linier Sederhana.....	29
3.9.2 Analisis Varian Garis Regresi.....	30
3.9.3 Uji F	30
3.9.4 Koefisien Determinasi.....	31

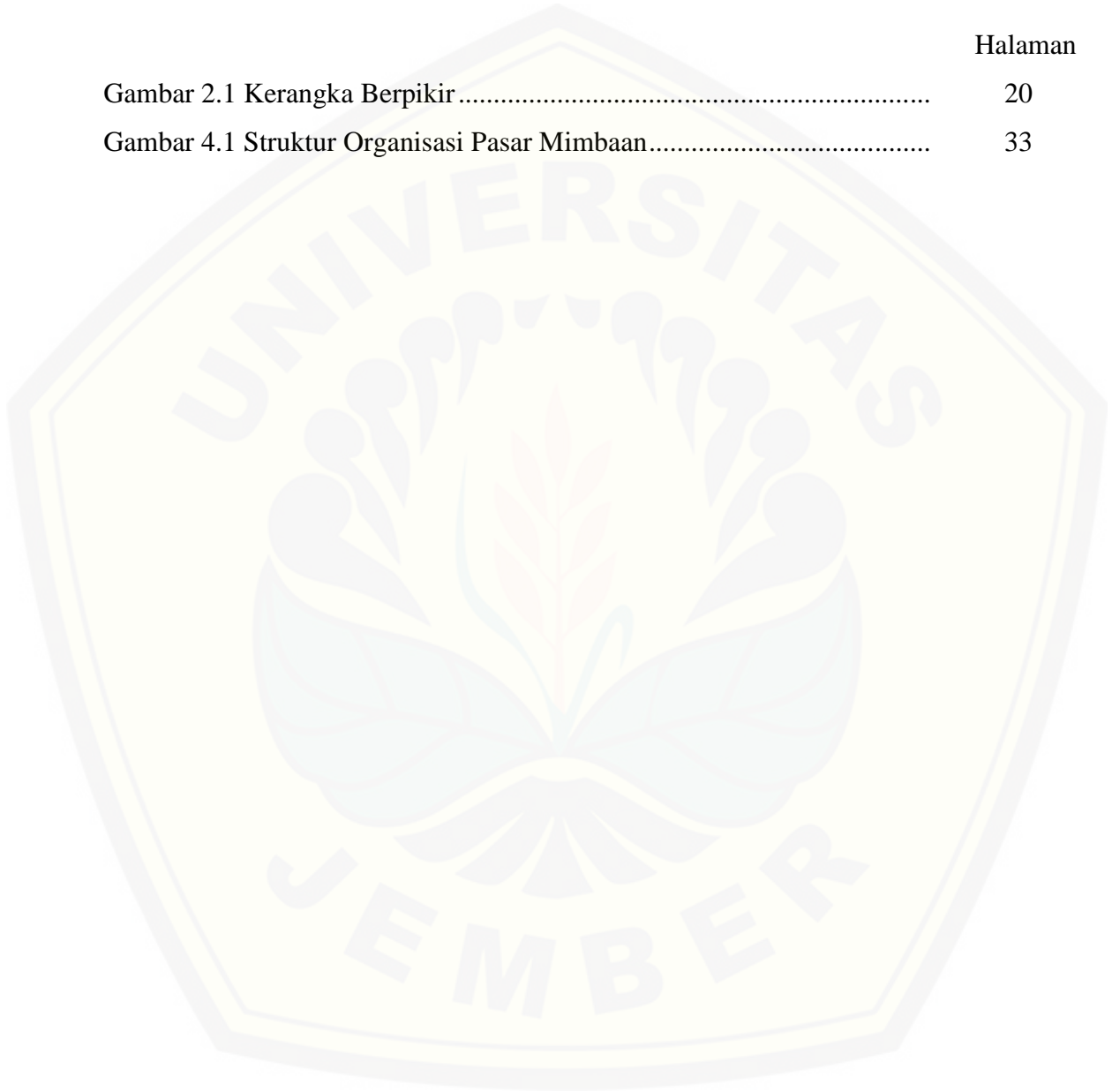
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Data Pendukung	32
4.1.1 Gambaran Umum Pasar Mimbaan Situbondo	32
4.1.2 Gambaran Umum UD. Sumber Jaya	33
4.2 Data Utama	34
4.2.1 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	34
4.3. Analisis Deskriptif	35
4.3.1 Deskripsi Tentang Etika Bisnis	35
4.3.2 Deskripsi Tentang Kepuasan Konsumen.....	37
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	38
4.4.1 Uji Validitas	38
4.4.2 Uji Reliabilitas	39
4.5 Hasil Analisis Data	39
4.5.1 Hasil Analisis Inferensial	40
4.5.1.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	40
4.5.1.2 Analisis Varian Garis Regresi	41
4.5.1.3 Uji F	42
4.5.1.4 Koefisien Determinasi/Efektifitas Garis Regresi	43
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	43
4.7 Kekuatan dan Kelemahan Penelitian	46
4.6.1 Kekuatan Penelitian.....	46
4.6.2 Kelemahan Penelitian.....	47
BAB 5. KESIMPULAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	48
DAFTAR BACAAN	49
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	30
Tabel 4.1 Jumlah Pedagang Pasar Mimbaan	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Data.....	38
Tabel 4.5 Tingkat Hubungan Reliabilitas.....	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	39
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	40
Tabel 4.8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 4.9 Hasil Analisis Uji F	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pasar Mimbaan.....	33



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matrik penelitian	52
B. Tuntuan Penelitian	54
C. Angket Penelitian	55
D. Pedoman Wawancara	59
E. Hasil Wawancara.....	61
F. Data Identitas Responden	64
G. Tabel Rekapitulasi Hasil Angket.....	67
H. Hasil Analisis Data.....	70
I. Tabel r	88
J. Tabel F.....	89
K. Surat Izin Penelitian	92
L. Surat Balasan Penelitian	93
M. Lembar Konsultasi	94
N. Dokumentasi	96
O. Denah Pasar Mimbaan	98
P. Daftar Riwayat Hidup	99

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis merupakan aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sosial dan ekonomi manusia yang mempengaruhi semua tingkatan mulai dari tingkat individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sosial pada umumnya, dimana manusia sebagai makhluk sosial. Bisnis merupakan bagian atau aktifitas penting bagi manusia maupun kelompok dimana bisnis terjadi, berlangsung dan dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Itu berarti bisnis dapat meningkatkan taraf kehidupan dan kesejahteraan manusia untuk memenuhi kebutuhan tingkat sosial budaya kehidupan. Dari segi kehidupan ekonomi bisnis tidak bisa dipisahkan karena kegiatan ekonomi manusia akan berjalan dan berlangsung terus menerus demi memenuhi kebutuhan dan menopang perekonomian lebih baik.

Seiring dengan perkembangan globalisasi persaingan bisnis semakin ketat dan kompetitif yang ditandai oleh kegiatan bisnis yang semakin besar dan berkembang terus menerus. Persaingan dalam kegiatan bisnis adalah wajar dan dibenarkan. Persaingan yang baik adalah persaingan yang sehat antara pelaku bisnis. Bisnis yang baik dilihat dari kaca mata ekonomi adalah bisnis yang menghasilkan keuntungan secara maksimal akan tetapi bisnis juga dilihat dari segi moral yaitu perilaku-perilaku yang sesuai dengan norma-norma moral. Dalam dunia bisnis terdapat aturan dan batasan dalam menjalankan bisnis secara sehat dan baik. Aturan dan batasan dalam bisnis menentukan pelaku bisnis mengambil keputusan yang etis sesuai dengan etika yang berlaku dan diperlukan untuk menjaga hubungan baik dan *fair* antara para pelaku bisnis maupun hubungan antara pelaku bisnis dan konsumen

Etika dalam kegiatan bisnis menjadi acuan dan aturan oleh pelaku pasar yang menekankan adanya moralitas, persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Nilai nilai etika bisnis tersebut di implementasikan dalam setiap pelaku bisnis dan dipertanggungjawabkan. Nilai-nilai etika bisnis dapat diperoleh dari berbagai sumber, antara lain ajaran filsafat, budaya, hukum

dan aturan yang berlaku serata ajaran-ajaran agama. Tanpa mengadopsi nilai etika bisnis kemungkinan besar bisnis yang di jalankan banyak melanggar etika yang berlaku dan merugikan konsumen atau pedagang itu sendiri.

Etika dan bisnis dapat diartikan sebagaimana menurut *Larkin* (2000) Etika sangat berhubungan dengan kewajiban moral, tanggung jawab, dan keadilan sosial. Sedang bisnis menurut *Prof.L.R.Dicksee* bahwa pengertian bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut. Serta Pasar secara umum diartikan sebagai tempat penjual menawarkan barang atau jasa sesuai taksiran harga penjual serta pembeli mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan taksiran harga pembeli. ketiga pengertian diatas erat kaitannya bagaimana sebuah pasar yang tiap harinya menjalankan dibidang bisnis dimana ada penjual dan pembeli melakukan suatu transaksi tiap harinya, dimana dalam hakekatnya untuk mencapai persaingan usaha yang baik, pelayanan yang baik pada pembeli haruslah didasarkan etika yang bermoral dan bertanggung jawab sehingga akan berpengaruh pada eksistensi pasar yang berkelanjutan.

Didalam prakteknya dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya. Meningkatnya persaingan bisnis dan jumlah pesaing menuntut para pelaku usaha dalam mengembangkan dan mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, pelayanan yang lebih baik, harga yang lebih murah dan waktu penyerahan lebih cepat dibanding pesaing.

Besarnya peluang bisnis yang ada, pasar menjadi tempat yang paling penting bagi perekonomian masyarakat, dimana pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, hubungan sosial, usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja dengan menggunakan alat pembayaran yang sah serpeti uang. Kegiatan ini merupakan dari perekonomian. Persaingan usaha sangat penting dalam pasar. dimana dalam mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki dan memenangkan persaingan bisnis serta merebut pangsa pasar yang sudah ada, maka pelaku usaha

harus mempunyai strategi yang mampu membaca situasi yang terus-menerus berubah serta mampu memenuhi dan menanggapi setiap tuntutan konsumen yang beranekaragam untuk memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, persaingan usaha harus dihadapi sebagai motivator untuk meningkatkan kualitas dalam memberikan yang terbaik untuk konsumen.

Pada dasarnya pasar di Indonesia dijalankan atas beberapa prinsip dan nilai yang menjadi satu sistem yang harus saling mempengaruhi, dijalankan atas dasar etika lingkungan, etika produksi dan pemasaran, Sumber Daya Manusia yang mapan sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Jatuhnya pangsa pasar juga dipengaruhi oleh kepentingan pelaku bisnis yang hanya berorientasi pada peningkatan laba atau hanya mencari keuntungan semata yang biasanya disebabkan oleh persaingan usaha yang tidak sehat, tekanan dari konsumen, perubahan nilai sosial dan Etika yang dimiliki oleh pelaku pasar yang kurang baik terhadap konsumen.

Pasar Mimbaan adalah salah satu pasar tradisional yang ada di kota Situbondo Jawa Timur dimana pasar tradisional ini terletak di pusat kota Situbondo dan merupakan pasar tradisional pertama yang ada di Situbondo, pasar ini menjual semua kebutuhan pokok masyarakat, mulai dari pakaian, alat-alat rumah tangga, kebutuhan sehari-hari dan lain sebagainya. kondisi lingkungan pasar Mimbaan termasuk pasar yang memperhatikan kenyamanan lingkungan, kebersihan pasar dan sudah tertata baik. Dalam menjalankan jual beli pedagang dan pembeli dapat melaksanakan tawar menawar secara langsung. Pasar tradisional di era ini tidak hanya dituntut untuk menjual produk saja tetapi juga wajib dalam menjalankan etika bisnis. Hasil observasi awal yang dilakukan peneliti, dimana peneliti menilai bahwasannya para pedagang pasar Mimbaan Situbondo menerapkan etika bisnis antara lain tidak memaksa pembeli dalam membeli dangangan mereka, memberitahu informasi yang cukup tentang harga, tidak merekayasa harga, tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lainnya, tidak mengurangi timbangan, ramah terhadap pembeli, menggunakan bahasa yang baik dan sopan dan tidak membeda-bedakan pembeli sehingga konsumen kembali lagi. Dimana telah sesuai dengan prinsip-

prinsip etika bisnis walaupun tidak semua pedagang menerapkan etika bisnis dalam prakteknya.

UD. Sumber Jaya adalah salah satu toko yang ada di pasar Mimbaan yang secara langsung menerapkan etika bisnis dalam menjual barangnya kepada para konsumennya. UD. Sumber Jaya merupakan toko penyedia alat-alat rumah tangga dari yang kecil seperti sendok hingga yang terbesar seperti kompor dan yang lainnya. Etika bisnis yang dilakukan oleh toko UD. Sumber Jaya ini berupa pelayanan yang ramah, harga yang bersaing dengan toko lain, sistem bonus dan adanya rasa kekerabatan antara pembeli dengan penjual. Intinya jika ada seorang pelanggan yang membeli atau menjadi pelanggan di toko ini kekerabatan yang dijalin antara pedagang dan pembeli sangat dijaga sehingga konsumen membeli kembali di UD. Sumber Jaya dan menjadi keuntungan tersendiri bagi UD. Sumber Jaya.

Kepuasan konsumen erat hubungannya dengan etika bisnis, kepuasan yang diperoleh konsumen tidak bisa dilepaskan dari penerapan etika bisnis dalam menjalankan suatu usaha. Oleh karena itu, etika bisnis memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang baik dengan pedagang. Dalam jangka panjang hubungan yang baik antara konsumen dengan pedagang memungkinkan pedagang untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan konsumen. Dengan demikian pedagang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Faktor yang menentukan kepuasan adalah persepsi konsumen, mengenai penerapan etika bisnis pedagang, penelitian ini berfokus pada kejujuran, tanggungjawab, keadilan, dan moral pedagang itu sendiri yang sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip etika bisnis. Konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa tidak hanya tergantung pada kualitas pelayanan saja, tetapi juga bergantung pada nilai yang juga dirasakan konsumen, pedagang harus menambahkan nilai yang harus membuat konsumen mendapatkan dari yang mereka bayar atau lebih dari yang mereka harapkan. Sehingga konsumen dapat

bertahan dan akan menjadi pelanggan. Dengan terpuruknya ekonomi dan pangsa pasar Tradisional di Indonesia menyadarkan kita bahwa menjalankan usaha dipasar dibutuhkan iklim yang benar-benar dibangun atas etika bisnis yang baik dan benar, menghargai etika dan moralitas, dan tetap mempertahankan nilai – nilai tradisional yang ada.

Atas dasar inilah Pasar Mimbaan Situbondo yang hakikatnya merupakan pasar Tradisional diangkat dalam skripsi ini, karena pada dasarnya pasar merupakan tempat para pedagang berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen, kepuasan konsumen akan berpengaruh pada stabilitas dan eksistensi pasar, dalam hal ini para pedagang senyatanya harus menerapkan etika bisnis.

Sehingga berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, dengan tema skripsi yang berjudul “*Pengaruh Etika bisnis UD. Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen di pasar Mimbaan kecamatan Panji kabupaten Situbondo*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu: Adakah pengaruh yang signifikan etika bisnis UD. Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen dipasar Mimbaan Situbondo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis UD. Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen dipasar Mimbaan Situbondo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, sebagai pengalaman berharga, menambah wawasan, menambah pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh etika bisnis UD. Sumber Jaya Mimbaan baru kecamatan Situbondo terhadap kepuasan konsumen.
2. Bagi perguruan tinggi, diharapkan dapat memberikan literatur tambahan referensi bagi pembisnis dan pelaku pasar tentang pengaruh etika bisnis pedagang pasar tradisional terhadap kepuasan konsumen.
3. Bagi pedagang pasar tradisional, sebagai informasi yang dapat membantu dalam menjalankan bisnis pedagang pasar tradisional untuk menjalankan bisnis dengan beretika.
4. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai salah satu sumber acuan penelitian untuk menjadi referensi dan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ada baiknya jika melihat penelitian terdahulu yang dapat dijadikan dasar dan gambaran untuk penelitian ini, walaupun ada beberapa perbedaan tujuan peneliti, variabel, subyek, obyeknya, dan metode analisisnya.

Penelitian dari Fauzan dan Ida Nuryana (2014), dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Penerapan Etika terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di kota Malang*”. Universitas Kanjuruhan Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan. Penerapan etika bisnis yang di proksikan dengan (1) Keadilan (2) Kejujuran (3) Kepercayaan. Penelitian ini menggunakan data primer dengan data kuesioner dengan teknik pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling*. Teknik analisis datanya menggunakan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa, variabel kejujuran berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung bebek H. Slamet di kota Malang, variabel kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di warung Bebek H. Slamet di kota Malang. Secara bersama-sama penerapan etika bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di warung Bebek H. Slamet di kota Malang, Kepercayaan merupakan variabel yang paling dominan dari variabel etika bisnis yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada warung Bebek H. Slamet di kota Malang. Persamaan penelitian dari Fauzan dan Ida Nuryana adalah sama-sama menggunakan variabel keadilan, kejujuran dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan dari penelitian adalah penggunaan variabel. Dalam penelitian Fauzan dan Ida Nuryana menggunakan tiga variabel bebas, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas yaitu tanggungjawab, kejujuran, keadilan dan moral.

Penelitian lainnya yaitu dari Hafiz (2011), dalam penelitiannya yang berjudul “*Faktor Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam di Pasar Citputat*”.

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Tujuan penelitian ini menganalisis pengaruh dari beberapa faktor terhadap penerapan bisnis islam pedagang di pasar ciputat. Adapun faktor tersebut antara lain: (1) Tauhid (2) Keseimbangan (3) Kehendak bebas (4) Tanggungjawab (5) Ihsan. Penelitian Ini menggunakan data primer dengan data kuesioner, Kuesioner dibagikan kepada pedagang pasar Ciputat. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis faktor yaitu untuk menemukan hubungan (*Interrelationship*) antar jumlah variabel yang saling independen yang satu dengan yang lain sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari variabel awal. Hasil penelitian ini terdapat dua faktor yang terbentuk, yaitu: Faktor Tauhid dan Faktor Keseimbangan merupakan faktor faktor yang mempengaruhi penerapan etika bisnis islam pedagang di pasar ciputat. Faktor Tauhid yang terdiri dari Ihsan, keseimbangan dan tanggungjawab dapat menjelaskan tentang penyebab pedangang pasar ciputat berperilaku etis dalam menjalankan bisnis dalam islam sebesar 47,140%. Faktor Keseimbangan terdiri atas fariabel kehendak bebas dan tauhid dapat menjelaskan tentang penyebab penyebab pedagang pasar ciputat berperilaku etis dalam dalam menjalankan bisnis secara islam 20,095%. Faktor Tauhid merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh dalam penerapan etika bisnis islam pedangang pasar ciputat. Persamaan dari penelitian ini adalah tempat penelitian yang sama di pasar tradisional dan perbedaan dari penelitian milik Hafiz menggunakan variabel etika bisnis secara islam sedangkan milik peneliti sendiri variabel penelitiannya menggunakan varibel etika bisnis secara umum.

2.2. Dasar Teori Etika Bisnis

Etika secara teoritis dapat dibedakan kedalam dua pengertian, pertama etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti adat istiadat atau kebiasaan. dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi

sistematis tentang konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan untuk mengaplikasikannya.

Lozano (1996) etika bisnis merupakan satu bagian dari prinsip etika yang diterapkan dalam dunia bisnis. Epstein (1989) menyatakan etika bisnis sebagai sebuah perspektif analisis etika yang menghasilkan sebuah proses dan sebuah kerangka kerja untuk membatasi dan mengevaluasi tindakan-tindakan individu, organisasi dan kadang seluruh masyarakat sosial.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis merupakan cara untuk melakukan bisnis yang mencapai seluruh aspek yaitu meliputi individu, masyarakat dan perusahaan yang meyakini bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika yang di jalankan dengan menaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

2.2.1. Prinsip Prinsip Etika Bisnis

Prinsip-prinsip etika bisnis (Erni R. Ernawan, 2011) secara umum terdiri dari prinsip otonom, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan dan prinsip integritas moral, yaitu:

a) Prinsip otonomi

Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan. Orang bisnis yang otonomi adalah orang yang sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis. Ia akan sadar dengan tidak begitu saja mengikuti norma dan nilai moral yang ada, namun juga melakukan sesuatu karena tahu dan sadar bahwa hal itu baik, karena semuanya sudah dipertimbangkan dan dipikirkan. Unsur dari prinsip otonom adalah kebebasan dan tanggungjawab

b) Prinsip Kejujuran

Bisnis tidak akan bertahan lama jika tidak ada kejujuran, karena kejujuran merupakan modal utama untuk memperoleh kepercayaan, kejujuran menuntut adanya keterbukaan dan ketenaran. Terdapat tiga lingkup yang berkaitan dengan prinsip kejujuran. Pertama yaitu kejujuran relevan dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua kejujuran relevan dengan penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang baik dimana kepercayaan konsumen adalah prinsip pokok dalam berbisnis, karena jika ada konsumen yang merasa tertipu, tentunya hal itu akan menyebar dan akan menyebabkan konsumen beralih ke produk lain. Ketiga kejujuran relevan dengan hubungan intern yaitu antara pemberi kerja dan pemberi kerja dan berkait dengan kepercayaan.

c) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Demikian pula prinsip keadilan menuntut dalam kegiatan bisnis entah dalam relasi eksternal perusahaan maupun relasi internal perusahaan perlu diberlakukan sesuai dengan haknya masing masing. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

d) Prinsip saling menguntungkan

Prinsip ini menuntut agar bisnis ini dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak. Prinsip ini mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis serta prinsip ini menuntut persaingan bisnis haruslah bisa melahirkan *win-win situation*.

e) Prinsip Integritas moral

Prinsip Integritas moral sebagai tuntunan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar dia perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baiknya atau nama perusahaannya. Ada sebuah imperatif moral yang berlaku bagi dirinya sendiri dan perusahaannya untuk berbisnis sedemikian rupa agar tetap dipercaya, tetap paling unggul dan tetap yang

terbaik. Dengan kata lain prinsip integritas moral ini merupakan dan dorongan dari dalam diri pelaku dan perusahaan untuk menjadi yang terbaik dan di bagnggakan

2.2.2. Indikator Etika Bisnis Pedangang

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada unsur-unsur etika bisnis yaitu kejujuran, tanggungjawab, keadilan dan moral dalam menjalankan bisnis, yaitu sebagai berikut:

a. Kejujuran

Kejujuran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata “jujur” yang mendapat imbuhan ke-an yang artinya lurus hati, tidak berbohong, tidak curang, tulus atau ikhlas. Dapat disimpulkan bahwa kejujuran adalah suatu pernyataan atau tindakan yang sesuai dengan faktanya sehingga dapat dipercaya dan memberikan pengaruh bagi kesuksesan seseorang. Kejujuran ada pada ucapan, juga ada pada perbuatan, sebagaimana seorang yang melakukan perbuatan, tentu sesuai dengan yang ada pada batinnya.

Menurut Albert (2011) kejujuran adalah mengakui, berkata atau memberikan sebuah informasi yang sesuai kenyataan dan kebenaran, kejujuran tidaklah selalu tepat arti harfiahnya, dalam arti memiliki batasan-batasan dan lebih bersifat kondisional dalam aplikasinya sepanjang tidak keluar dari tujuan dan makna dasar. Kejujuran menurut Erni R. Ernawan (2011) merupakan modal utama untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen, baik berupa kepercayaan komersial, material maupun moril. Kejujuran menuntut adanya keterbukaan dan kebenaran.

Jadi sikap jujur para pelaku bisnis sangat diperlukan terutama dalam melayani konsumen seperti jujur dalam menjelaskan kondisi barang dengan apa adanya tanpa melebih-lebihkan atau mengurangi kondisi barang yang akan dijual sehingga konsumen yang dilayani merasa puas dan dapat melakukan pembelian ulang dilain waktu.

b. Tanggungjawab

Tanggung jawab menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah, keadaan wajib menanggung segala sesuatunya. Sehingga bertanggung jawab adalah berkewajiban menanggung, memikul, menanggung segala sesuatunya, dan menanggung akibatnya. Tanggung jawab adalah kesadaran manusia akan tingkah laku atau perbuatannya yang di sengaja maupun yang tidak di sengaja. tanggung jawab juga berarti berbuat sebagai perwujudan kesadaran akan kewajiban.

Bertanggung jawab adalah kemampuan seseorang untuk menjalankan suatu kewajiban karena adanya dorongan didalam dirinya, biasanya disebut panggilan jiwa (Abdullah 2011). Menurut Magdalena (2011) bertanggung jawab adalah suatu perbuatan untuk siap menanggung segala sesuatu hal yang muncul sebagai akibat dari dilakukannya suatu aktivitas tertentu. Manusia bertindak berdasarkan pemikiran dan kesadarannya sendiri mengenai apa yang seharusnya dilakukan untuk mendapatkan penghasilan dengan cara memproses potensi sehingga menjadi produk yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Dan para pelaku bisnis harus memepertanggungjawabkan segala aktivitas bisnisnya menurut Erni R. Ernawan (2011).

Para pelaku bisnis harus mempunyai sikap tanggungjawab dalam dirinya karena sikap tanggungjawab sangat diperlukan oleh pelaku bisnis terutama dalam melayani konsumen contohnya seperti bertanggungjawab apabila ada barang yang dijual cacat dan dikembalikan kembali oleh konsumen, sehingga konsumen menghargai pedagang yang mempunyai sikap tanggungjawab.

c. Keadilan

Keadilan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, keadilan kata berasal dari kata “adil”, memiliki arti kejujuran, ketulusan, dan keikhlasan. Jadi keadilan yang menyiratkan sebagai hal yang tidak berat sebelah atau tidak memihak dan tidak sewenang-wenang. Menurut Aristoteles Keadilan adalah kelayakan tindakan manusia. Kelayakan diartikan sebagai titik tengah antara dua ekstrem yang terlalu banyak dan terlalu sedikit. Kedua ekstrem

melibatkan dua orang atau benda. Ketika dua orang telah punya kesamaan dalam ukuran yang telah ditetapkan, maka setiap orang harus mendapatkan objek atau hasil yang sama, jika tidak sama, maka masing – masing orang akan menerima bagian yang tidak sama, sedangkan proporsi pelanggaran terjadap disebut tidak adil.

Menurut Thomas Hubbes, pengertian keadilan adalah setiap perbuatan yang dikatan adil. Keadilan hanya tercipta ketika apa yang dikerjakan telah sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat atau pun disepakati sebelumnya. Menurut Erni R. Ernawan (2011) Keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan berarti tidak pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

Adil dalam memperlakukan konsumen adalah salah satu sikap yang harus dimiliki oleh pedagang karena konsumen yang dilayani secara adil atau tidak dibeda-bedakan dengan konsumen yang lainnya dalam melakukan pembelian sehingga konsumen merasa nyaman saat dilayani dan merasa puas.

d. Moral

Kata moral berasal dari bahasa Latin *Moralis –mos, moris* yang berarti adat, istiadat, kebiasaan, cara, tingkah laku, kelakuan, atau berasal dari kata *mores* yang berarti adat istiadat, kelakuan, tabiat, watak, akhlak, cara hidup. Moral terkait dengan kegiatan manusia dari sisi baik/buruk, benar/salah dan tepat/tidak tepat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia moral diartikan sebagai akhlak, budi pekerti, atau susila. Franz Magnis Suseno (1997) menguraikan moralitas adalah keseluruhan norma-norma, nilai-nilai dan sikap seseorang atau sebuah masyarakat. Menurutnya, moralitas adalah sikap hati yang terungkap dalam perbuatan lahiriah (mengingat bahwa tindakan merupakan ungkapan sepenuhnya dari hati), moralitas terdapat apabila orang mengambil sikap yang baik karena ia sadar akan kewajiban dan tanggung jawabnya dan bukan ia mencari keuntungan. Moralitas sebagai sikap dan perbuatan baik yang betul-betul tanpa pamrih.

Menurut Erni R Ernawan (2011) moralitas adalah sifat moral atau keseluruhan asas atau nilai yang berkenan dengan baik atau buruk atau dengan kata lain moralitas merupakan pedoman atau standar yang dimiliki oleh individu atau kelompok mengenai benar atau salah dan baik atau buruk. Moral adalah salah satu nilai etika bisnis yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis terutama dalam melayani konsumen, pelaku bisnis yang memiliki moral yang baik akan bersikap ramah dan menyajikan pelayanan terbaik terhadap konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan dapat melakukan pembelian ulang dilain waktu yang akan datang.

2.3. Dasar Teori Pasar Tradisional

2.3.1. Pasar

Pasar menurut Abdul Aziz (2013) merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Atau dengan bahasa lain pasar adalah tempat dimana antara penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi jual beli barang dan atau jasa. Pasar mempunyai peran yang besar dalam ekonomi.

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang. Menurut akhmad (2007:143)

Peraturan presiden no. 112 tahun 2007 Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Menurut Handri Ma'aruf (2005) kata pasar memiliki tiga pengertian, yaitu:

1. Pasar dalam arti tempat, yaitu tempat para bertemunya para penjual dan produsen dengan pembeli atau konsumen.
2. Pasar dalam arti interaksi permintaan dan penawaran, yaitu pasar tempat terjadinya transaksi jual beli.
3. Pasar dalam arti sekelompok anggota masyarakat yang memiliki kebutuhan dan daya beli. Jadi pasar adalah orang-orang yang menginginkan sesuatu barang atau jasa dan memiliki kemampuan untuk membeli.

Dari uraian teori di atas dapat disimpulkan bahwasannya pasar Mimbaan Situbondo adalah tempat terjadinya transaksi jual beli barang antara pedagang dan pembeli secara langsung di tempat dan terjadi permintaan dan penawaran.

2.3.2. Pasar Tradisional

Pasar Tradisional adalah tempat terbuka yang terjadi proses transaksi jual beli dengan proses tawar-menawar menurut Sudillah (2011). Peraturan pemerintah no 112 tahun 2007 Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
2. Sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Tawar-menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan

sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.

4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimport hingga keluar pulau atau negara.

Dari berbagai ciri-ciri diatas, Pasar Mimbaan Situbondo memenuhi ciri-ciri pasar tradisional yang telah ditentukan oleh menteri perdagangan Indonesia. Lahan dan bangunan Pasar Mimbaan Situbondo dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah Kabupaten Situbondo. Hal ini ditunjukkan dengan terdapatnya UPTD Pasar Mimbaan Situbondo yang berada dalam pasar tersebut yang bertugas mengatur dan mengelola pasar.

2.4. Dasar Teori Pedagang

Eko Sujatmiko (2014: 231) Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.

Damsar (1997:106) mengatakan bahwa dalam aktifitas perdagangan, pengertian perdagangan didenifikasikan sebagai orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi menurut Kensil dan Christine (2008: 15)

Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu :

- a. Pedagang besar/ distributor/ agen tunggal

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen.

b. Pedagang menengah/ agen/ grosir

Agan adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/ perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

c. Pedagang eceran/ pengecer

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.

Pedagang yang ada di pasar Mimbaan Baru Situbondo yang ada di kecamatan Panji kabupaten Situbondo umumnya tergolong dari pedagang grosir dan pedagang eceran. Pedagang grosir biasanya menjual barangnya kepada pedagang pedagang kecil lainnya. Sedangkan pedagang eceran menjual barangnya secara langsung kepada konsumen tanpa perantara lainnya. Pedagang UD Sumber Jaya termasuk pedagang grosir dan pedagang eceran.

Dari pengertian diatas ditarik kesimpulan bahwa pedagang adalah orang yang bekerja untuk menjual barang atau produk dengan mengambil keuntungan dari barang yang dijual baik secara langsung ataupun tidak secara langsung kepada konsumen.

2.5. Dasar Teori Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan (*Satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*Satis*” artinya cukup baik, memadai dan “*Facio*” melakukan atau membuat. Kepuasan diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra 2004:195). Kepuasan Konsumen adalah persepsi konsumen (*customer*) bahwa harapannya telah terpenuhi atau tingkat dimana anggapan terhadap produk sesuai dengan harapan seorang pembeli. Harapan konsumen umumnya merupakan prakiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (Supranto, 2001 :233).

Menurut Pasuraman, Zeithaml, dan Berry, (1985) kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen terhadap satu jenis pelayanan yang didapatkannya. Ruswanti (2011) menyatakan bahwa kepuasan adalah kinerja dari pelayanan yang

diterima konsumen itu sendiri dan nilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar dirasakan oleh konsumen.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen yang merasa semua keinginan dan harapan konsumen terpenuhi dengan sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan yang diberikan oleh pedangang.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis untuk menciptakan konsumen merasa puas menurut Tjiptono (2008:24) terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut, yang berguna bagi perusahaan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan apabila kepuasan konsumen dapat tercipta akan memberikan manfaat bagi pedagang UD. Sumber Jaya diantaranya konsumen melakukan pembelian ulang dan rekomendasi dari mulut kemulut kepada orang lain.

2.6. Keterkaitan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Konsumen

Sebagai pedagang yang berinteraksi dengan konsumen pemasaran atau menawarkan barang kepada konsumen adalah ujung tombak usaha. Pemasaran adalah kegiatan menciptakan, mempromosikan barang atau jasa kepada konsumennya (Philip Kotler 2003). Dalam menawarkan barang pedangang haruslah menerapkan etika dimana konsumen harus di hargai dan diperhatikan.

Dalam kaitannya etika dengan dunia bisnis sangatlah kuat dimana para pelaku bisnis harus bersikap etis sesuai dengai nilai etika bisnis, bersikap etis merupakan kopomponen utama dalam membangun reputasi salah satu syaratnya adalah dengan menerapkan etika bisnis. Etika bukan suatu sumber tambahan bagi ajaran moral melainkan merupakan filsafat atau pemikiran kritis dan mendasar tentang ajaran-ajaran dan padangan-pandangan moral menuerut Franz Magnis Suseno (1997). Sedangkan menurut sonny kerraf (1998) Etika adalah sebuah refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma moral yang menentukan dan

terwujud dalam sikap dan pola perilaku hidup manusia, baik secara pribadi maupun sebagai kelompok.

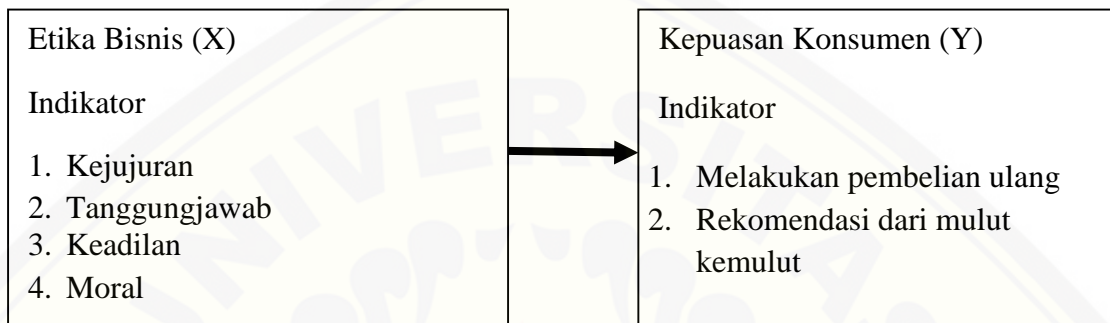
Tolak ukur dalam dunia bisnis adalah standar moral dimana suatu usaha yang dapat bertahan dan dapat memperkecil resiko gulung tikar itu adalah usaha yang selalu memiliki etika dalam berbisnis. Menurut Muhammad (2004: 60-61), pentingnya etika bisnis dalam kelangsungan perusahaan yang pertama adalah sebagai tugas utama etika bisnis dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis dengan tuntunan moralitas. Dan yang kedua adalah etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman yaitu bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika.

Pedagang yang menerapkan etika bisnis dalam menjalankan usaha dan dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam arti dapat terus diterima oleh masyarakat dan memberikan kepuasan terhadap konsumennya, sehingga konsumen yang puas cenderung untuk melakukan pembelian ulang dan bisa menjadi pelanggan. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan tersebut (Kotler, 2000:70). Kepuasan konsumen di dapat dari persepsi konsumen dimana ada keyakinan bahwa persepsi lebih penting dari pada realita (Suryani 2008: 95-97).

Dari penjelasan diatas dimana peranan etika bisnis pedagang berpengaruh terhadap keberlangsungan usahanya dan kepuasan konsumen, dimana kepuasan konsumen perlu untuk dipelajari oleh pedagang karena dapat mencegah kemungkinan pelanggan untuk pindah pada pesaing atau malah pindah ke pasar modern.

2.7. Kerangka Konsep Berfikir

Berdasarkan kajian yang telah dipaparkan, maka penulis membuat kerangka konsep berpikir untuk memperjelas dan mempermudah jalannya penelitian yang akan dilakukan. Kerangka berpikir dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

2.8. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka hipotesis yang akan di uji adalah diduga etika bisnis UD Sumber Jaya berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara untuk memahami suatu objek dengan menggunakan metode yang sesuai untuk menemukan, mengembangkan, dan mengkaji kebenarannya. Pada bab ini akan diuraikan metode penelitian yang meliputi rancangan penelitian, metode penentuan lokasi penelitian, penentuan populasi dan sampel penelitian, definisi operasional variabel, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, tahap pengolahan data penelitian, dan metode analisis data.

3.1. Rancangan Penelitian

Jenis Penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penentuan lokasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan metode *purposive area* yaitu tempat ditentukan dengan sengaja sesuai dengan tujuan penelitian. Metode penentuan responden dengan menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti antara lain angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis inferensial menggunakan analisis regresi sederhana.

3.2. Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi dalam penelitian dimaksudkan untuk memperoleh data yang kongkrit dan memperjelas perumusan masalah yang akan diteliti. Metode yang digunakan adalah *purposive area* dimana tempat penelitian ditentukan dengan sengaja yang disesuaikan dengan tujuan peneliti. Adapun lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Pasar Mimbaan kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Alasan peneliti memilih pasar Mimbaan Situbondo karena merupakan pasar tradisional pertama yang ada di Situbondo dan lokasi pasar terletak di tengah-tengah kota Situbondo. Serta dipilih salah satu pedagang yang ada di pasar Mimbaan Situbondo yaitu UD Sumber Jaya.

3.3. Metode Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UD Sumber Jaya di pasar Mimbaan Situbondo. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 210 orang. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang ada dan dapat mewakili keseluruhan populasi atau objek yang akan diteliti. Menurut Sugiono (2012:49), Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan dijumpai dianggap cocok sebagai sumber data.

Penentuan besarnya sampel menggunakan rumus Slovin (Umar, 2003:146), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persentase kelonggaran untuk kesalahan pengambilan sampel 10%

1 : konstanta

Berdasarkan rumus pengambilan sampel di atas, maka sampel penelitian dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{Umar (2003:146)}$$

$$n = \frac{210}{1 + 210(0,01)}$$

$$n = 67,74 \text{ dibulatkan keatas menjadi } 68$$

3.4. Defenisi Oprasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati. Hal ini bertujuan untuk

memperjelas gambaran tentang judul penelitian. Adapun definisi operasional variabel tersebut sebagai berikut:

1. Etika Bisnis (X)

Nilai etika bisnis yang diterapkan oleh UD Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen, yang terdiri dari dari indikator sebagai berikut:

a. Kejujuran

Kejujuran merupakan kemampuan pedagang untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri. Yakni meliputi: Jujur akan kondisi barang yang akan dijual atau tidak menyembunyikan cacat barang, jujur dalam menjelaskan kondisi barang dengan apa adanya antara harga dan kualitas barang yang dijual.

b. Tanggungjawab

Sikap bertanggungjawab pedagang terhadap keputusan yang diambilnya secara sadar tanpa ada paksaan dan siap menanggung segala resikonya. Yakni bertanggungjawab dalam menerima pengembalian barang yang rusak dan bertanggungjawab mengembalikan uang yang berlebih konsumen.

c. Keadilan

Keadilan merupakan sikap pedagang untuk menciptakan keseimbangan atau modernisasi dalam transaksi dan memperlakukan konsumen secara sama dan adil dengan objektif dan memberikan harga yang sama kepada setiap konsumen.

d. Moral

Moral pedagang terhadap konsumen dalam interaksi jual beli secara langsung dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan pedagang yaitu sopan, baik atau ramah terhadap konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

2. Kepuasan Konsumen (Y)

Respon emosional konsumen yang berbelanja di pasar Mimbaan Situbondo terutama di UD. Sumber Jaya berdasarkan pengalaman pelayanan yang diberikan

pedagang yang sesuai dengan persepsi konsumen. Indikator yang digunakan adalah:

a. Melakukan pembelian ulang

Keinginan konsumen dalam membeli kembali di UD. Sumber Jaya karena adanya perasaan senang dan puas.

b. Rekomendasi dari mulut kemulut

Kesediaan konsumen untuk memberikan informasi kepada orang lain terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh UD. Sumber Jaya .

3.5. Sumber Data

Data dan informasi yang diperlukan peneliti untuk mencapai tujuan penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder, yaitu:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau di kumpulkan langsung di lapangan. Data primer penelitian ini adalah data yang diperoleh dari pengisian data angket yang diberikan oleh peneliti kepada responden.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dinas pasar Mimbaan Situbondo. Berupa data tentang sejarah dan data-data penjual pasar Mimbaan Situbondo dan sejarah UD Sumber Jaya salah satu pedagang.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data merupakan cara atau langkah yang digunakan dalam suatu penelitian untuk memperoleh data yang valid. Dalam penelitian ini menggunakan metode angket, metode wawancara, metode observasi dan dokumentasi.

3.6.1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan sistematis mengenai suatu gejala atau fenomena yang terjadi dilokasi penelitian pada kurun waktu dan tempat tertentu. Dalam observasi ini, dilakukan di pasar Mimbaan Situbondo.

Data yang di peroleh dari observasi ini adalah gambaran bagaimana etika bisnis pedagang dalam beriteraksi dengan konsumen. Dan dipilih salah satu pedagang yang ada di pasar Mimbaan yaitu UD Sumber Jaya.

3.6.2. Metode Angket

Metode angket merupakan instrumen penelitian yang berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Metode angket ini digunakan untuk memperoleh data primer berupa pertanyaan-pertanyaan mengenai pengaruh etika bisnis UD Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen. Penggunaan angket dalam penelitian adalah menggunakan angket tertutup yaitu suatu jenis angket dimana peneliti telah menyediakan pilihan jawaban sehingga responden hanya menuliskan atau memilih jawaban yang paling sesuai menurut dirinya. Data yang diperoleh melalui metode ini dipergunakan sebagai data pokok untuk melakukan analisis dalam penelitian. Angket dalam penelitian ini dikembangkan berdasarkan indikator dari variabel penelitian.

3.6.3. Metode Wawancara

Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan keterangan tambahan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Metode wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan bertanya langsung kepada pihak yang terkait untuk mencocokkan (*crosscheck*) terhadap informasi yang sudah diperoleh dengan anggota dinas pasar Mimbaan dan pedagang UD. Sumber Jaya.

3.6.4. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara mengumpulkan data dalam bentuk tulisan, misalnya berupa catatan, gambar-gambar, arsip, agenda dan sebagainya. Data yang diperoleh dengan metode dokumentasi adalah berupa data sekunder sebagai pelengkap dan pendukung hasil penelitian. data dokumen yang di peroleh dalam penelitian ini berupa data yang didapat dari kantor dinas pasar Mimbaan Situbondo dan UD. Sumber Jaya.

3.7. Teknik Pengolahan Data

3.7.1. Editing

Editing merupakan langkah awal untuk mengecek kelengkapan data dan identitas responden, sehingga data yang diperoleh tidak menimbulkan keraguan. Editing meliputi: lengkapnya pengisian, keterbacaan tulisan, kejelasan makna jawaban, konsistensi jawaban, relevansi jawaban dan keseragaman suatu jawaban.

Untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan dalam penelitian ini, peneliti mengecek kembali apakah angket sudah diisi dan dikembalikan kepada peneliti apabila angket tersebut kepada responden untuk diisi kembali.

3.7.2. Skoring

Setelah tahap editing selesai, maka data-data yang berupa jawaban-jawaban responden perlu diberi skor atau nilai untuk memudahkan dalam menganalisis data. Hal ini sangat penting artinya, apalagi jika proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan skala likert atau *summated-rating scale*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan

Modifikasi skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial, (Sugiyono, 2001:73). Skala Likert disebut suatu penilaian yang dijumlahkan karena semua jawaban diberi suatu bobot dan kemudian ditambahkan untuk mendapatkan suatu jumlah. Banyaknya pilihan respon biasanya 3, 5, 7, 9, 11 (Suliyanto, 2005:23). Pada penelitian ini digunakan 3 pilihan respon saja dikarenakan untuk

memudahkan pemilihan jawaban oleh responden. Pemberian bobot menurut Likert sebagai berikut:

- 1) Jawaban a diberi Skor 3
- 2) Jawaban b diberi Skor 2
- 3) Jawaban c diberi Skor 1

3.7.3. Tabulasi

Tabulasi adalah proses perhitungan frekuensi jawaban yang telah dipilih oleh responden terhadap jawaban yang diberikan kepada responden yang ditulis dalam tabel (Djaja, 2004:29). Proses ini dilakukan dengan cara memasukkan data yang telah diberi skor tertentu dalam tabel yang telah disiapkan sesuai dengan kriteria tertentu, sehingga diperoleh nilai variabel bebas dan variabel terikat dari setiap responden. Data-data tersebut selanjutnya dapat dilakukan suatu kegiatan analisis.

3.8. Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini data mempunyai kedudukan yang sangat penting, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembuktian alat pembuktian hipotesis. Valid tidaknya data sangat menentukan bermutu atau tidak sebuah data tersebut yang erlangsung pada instrumen kuesioner yang digunakan yaitu memenuhi asas validitas dan reabilitas.

3.8.1. Uji Validitas

Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu instrument pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang harus diukur. Dengan kata lain instrument tersebut dapat mengukur *construct* sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada setiap item dengan skor total dari masing-masing atribut. Teknik korelasi yang digunakan adalah *product moment* :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)} \sqrt{(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad (\text{Arikunto, 2006:170})$$

Dimana:

R_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = jumlah responden

X = total dari variabel X

Y = total dari variabel Y

XY = total dari hasil kali variabel X dan Y

Kriteria pengujiannya adalah:

1. Valid, jika nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} pada derajat bebas (db) $n-2$ dengan taraf signifikansi 5%.
2. Tidak valid, jika nilai $r_{hitung} <$ nilai r_{tabel} pada derajat bebas (db) $n-2$ dengan taraf signifikansi 5%.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Setelah pernyataan dalam angket dikatakan valid, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Teknik yang digunakan untuk menilai realibilitas angket dalam penelitian ini adalah rumus Alpha.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right) \quad (\text{Arikunto, 2006:196})$$

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyak butir pertanyaan/banyaknya soal

b^2 = Jumlah varian butir

t^2 = Varian total

Dasar pengambilan keputusan dari uji reliabilitas yaitu:

- a) Jika r_{alpha} positif dan $r_{alpha} > r_{tabel}$, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- b) Jika r_{alpha} negatif dan $r_{alpha} < r_{tabel}$, maka butir atau variable tersebut tidak reliabel.

3.9. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengelolah data hasil penelitian sehingga diperoleh suatu kesimpulan yang dapat di pertanggungjawabkan. Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini yaitu analisis inferensial menggunakan persamaan garis regresi sederhana.

3.9.1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini dimaksudkan untuk menguji data tentang pengaruh antara variabel bebas (X) Etika Bisnis dengan variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen. Model persamaan analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx + ei \quad (\text{Umar, 2003:294})$$

Dimana :

Y	: Kepuasan Konsumen
X ¹	: Etika Bisnis
a	: Konstanta
b	: Koefisien regresi
ei	: Kesalahan atau variabel yang tidak diteliti

Untuk menyelesaikan persamaan garis regresi di atas, maka harus diketahui koefisien a dan b sebagai berikut:

$$b = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{N(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Sedangkan a adalah bilangan konstan yang dapat diperoleh dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{N}$$

3.9.2. Analisis Varian Garis Regresi

Analisis varian garis regresi digunakan untuk mengetahui kuat atau benar tidaknya koefisien korelasi variabel Etika Bisnis (X) dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y). Rumus analisis varian garis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$R_y = \sqrt{\frac{a \sum XY}{\sum Y^2}} \quad (\text{Hadi, 2004:25})$$

Keterangan:

- R_y : Koefisien korelasi antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X)
- a : Bilangan koefisien prediktor (X)
- XY : Total variabel X dengan variabel Y
- Y^2 : Total kuadrat variabel Y

Tabel 3.2 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,339	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2013:257

3.9.3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas Etika Bisnis (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$F_{\text{reg}} = \frac{R_y^2(1)(N - m - 1)}{m(1 - R_y^2(1))} \quad (\text{Hadi, 2004:23})$$

Keterangan:

- Freg : Harga garis regresi
 Ry : Koefisien korelasi antara X dan Y
 N : Banyaknya responden
 m : Jumlah prediktor
 1 : Bilangan konstan

Dari hasil Freg tersebut kemudian dikonsultasikan Ft 5% dengan menggunakan derajat kebebasan (db). Adapun rumus db adalah sebagai berikut :

$$db = \frac{m}{N - m - 1}$$

Kemudian hasil perhitungan (F_{reg}) tersebut dibandingkan dengan F_{tab} .

Kesimpulan:

- 1) Jika $F_{\text{reg}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan Etika Bisnis (X) terhadap variabel Kepuasan konsumen (Y).
- 2) Jika $F_{\text{reg}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan Etika Bisnis (X) terhadap variabel kepuasan Konsumen(Y).

3.9.4. Koefisien Determinasi (R^2) / Efektifitas Garis Regresi

Cara ini digunakan untuk mengetahui berapa besar (%) pengaruh Etika Bisnis terhadap Kepuasan Konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R_y^2(1) \times 100\% = \dots\dots\dots\%$$

(Hadi, 2004:85)

Untuk mempermudah mengolah dan menganalisis data yang diperoleh, maka peneliti menggunakan program SPSS.

BAB 5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh etika bisnis dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen UD Sumber Jaya di pasar Mimbaan kecamatan Panji kabupaten Situbondo sebesar 68%, sedangkan sisanya yaitu 32% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti yaitu harga, kualitas produk dan lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain :

1. Bagi pedagang UD. Sumber Jaya, sebaiknya terus meningkatkan etika bisnis yang telah dilaksanakan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan konsumen menjadi pelanggan tetap.
2. Bagi peneliti lain, untuk mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR BACAAN

Buku

- Abdullah Idi. 2011. *Sosiologi Pendidikan Individu, Masyarakat dan Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Alimin dan Muhammad. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE
- A Keraf, Sonny. 1998. *Etika bisnis tuntutan dan relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. "Problems and Strategies in Services Marketing". *Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring)*.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta.
- Chandra, G Tjiptono, F. Chandra, Y. 2004. *Pemasaran Global: internasionalisasi dan internetisasi*. Yogyakarta: ANDI.
- C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil. 2008. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Damsar. 1997. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media.
- Ernawan, Erni R. 2011. *Business Ethics*. Bandung: Alfabeta.
- Hadi, S. 2004. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- J.Supranto. 2001. *Statistik teori dan aplikasi*. Edisi 6. Jakarta : Erlangga
- KBBI. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Larkin, JM. 2000. *The Ability of Internal Auditor to Identify Ethical Dilemmas*. *Journal Of Bisinnes Ethics*.

- Magdalena. 2011. *Pembinaan Nilai Kedisiplinan Melalui Program Ekstrakurikuler Pramuka Di SD Santa Ursula Bandung*. Tesis Magister pada PPS PK UPI Bandung: Tidak diterbitkan.
- Ma'ruf, Handri. 2005. *Prmasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Moenir. 1998. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sadillah, Emiliana dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional.
- Sujatmiko, Eko. 2014. *Kamus IPS*. Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I.
- Suseno, Franz Magnis. 1997. *13 Tokoh Etika; Sejak Zaman Yunani Sampai Abad Ke-19*. Yogyakarta: Kanisius
- Ruswanti, Endang, "Relationship dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Merek pada Bank Syariah di Jakarta Barat", 2011
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- , 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV Alfabeta.
- , 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- , 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2008 *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI
- Umar, H. 2003. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, Albert Hendra. 2008, *Kejujuran dalam Pendidikan*. Webbsset.

Daftar Rujukan dari Internet

- Fauzan, Ida Nuryana. 2014. *Pengaruh Penerapan Etika terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di kota Malang*. Tidak diterbitkan. Malang: Universitas Kanjuruhan Malang
- Hafiz. 2011. *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam di Pasar Citputat*. Tidak diterbitkan. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarief Hidayatullah Jakarta

Peraturan presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern*, 2007. WWW.bpkp.go.id

<http://organisasi.org/jenis-macam-pedagang-perantara-pengertian-distributor-agen-grosir>

<https://riezkgunawan.wordpress.com/2011/10/27/etika-bisnis-terhadap-kelangsungan-hidup-perusahaan-2/>



MATRIX PENELITIAN

JUDUL	PERMASALAHAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	HIPOTESIS
Pengaruh Etika Bisnis UD Sumber Jaya terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo	1. Adakah pengaruh yang signifikan etika bisnis UD Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen?	1. Variabel bebas (X) : Etika Bisnis 2. Variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y)	a. Tanggung jawab b. Kejujuran c. Keadilan d. Moral - Melakukan pembelian ulang - Rekomendasi dari mulut ke mulut	1. Konsumen UD Sumber Jaya 2. Informasi dari :Karyawan/ pengurus dinas pasar Mimbaan 3. Informasi dari pemilik UD. Sumber Jaya 4. Dokumentasi	1. Metode penentuan daerah penelitian adalah Metode Purposive sampling area yaitu di Pasar Mimbaan kecamatan Panji kabupaten Situbondo dipilih UD Sumber Jaya 2. Penentuan responden dengan populasi sebanyak 210 dan sampel 68 responden yaitu dengan accidental sampling dan menggunakan rumus Slovin $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$ 3. Metode pengumpulan data melalui angket, observasi, wawancara dan dokumentasi 4. Pengolahan data menggunakan editing,	1. Ada pengaruh yang signifikan dari etika bisnis UD. Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo.

					<p>skoring, dan tabulasi.</p> <p>5. Metode analisis data :</p> <p>a. Persamaan Regresi Linier Sederhana $= a + bX + ei$</p> <p>b. Persamaan Varians Garis Regresi</p> $R_y = \sqrt{\frac{a \sum XY}{\sum Y^2}}$ <p>c. Uji F $F_{reg} = \frac{R_y^2(1)(N - m - 1)}{m(1 - R_y^2(1))}$</p> <p>d. Efektivitas garis regresi $R_y^2(1) \times 100\% = \dots\dots\%$</p> $\frac{R_y^2(1)(N - m - 1)}{m(1 - R_y^2(1))}$	
--	--	--	--	--	--	--

TUNTUNAN PENELITIAN

1. Tuntunan oservasi

No	Data yang Diraih	Sumber Data
1	Melihat dan mengamati secara langsung aktifitas yang terjadi di pasar Mimbaan	Informan
2	Aktifitas atau kegiatan UD. Sumber Jaya dalam melayani Konsumen.	

2. Tuntunan Angket

No	Data yang Diraih	Sumber Data
1	Kepuasan konsumen terhadap etika bisnis UD. Sumber Jaya yang meliputi indikator: a. Kejujuran b. Tanggungjawab c. Keadilan d. Moral	Responden

3. Tuntunan wawancara

No	Data yang Diraih	Sumber Data
1	Gambaran dan aktivitas UD. Sumber Jaya	Informan
2	Gambaran pasar Mimbaan Situbondo	

4. Tuntunan dokumentasi

No	Data yang diraih	Sumber Data
1	Pasar Minbaan Situbondo	Informan
2	UD. Sumber Jaya	Responden

ANGKET PENELITIAN

Kepada :

Yth.Bapak/Ibu/Saudara

Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi strata satu di FKIP Universitas Jember, peneliti bermaksud untuk menyusun karya tulis ilmiah (Skripsi) dengan judul Pengaruh etika bisnis UD. Sumber Jaya terhadap kepuasan konsumen di pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti mengharapkan kesediaan saudara meluangkan waktu untuk memberikan informasi dengan menjawab pertanyaan dalam angket ini, yang akan digunakan sebagai data penelitian .

Pengisian daftar pertanyaan ini bersifat bebas dan keterangan saudara akan penulis jaga kerahasiaannya. Peneliti mengharapkan saudara mengisi angket sesuai dengan pendapat dan keyakinan yang sebenarnya secara jujur agar peneliti dapat memperoleh data yang akurat.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian, bantuan dan kerjasamanya, peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Musayana

NIM 100210301069

DAFTAR PERTANYAAN

I. Data Umum Responden

Petunjuk pengisian:

- a. Pertanyaan yang disediakan tempat jawaban dengan garis terputus-putus harap jawaban ditulis sesuai dengan keadaan sebenarnya.
- b. Berikan tanda silang (X) pada salah satu kotak yang ada pada tiap masing masing pilihan jawaban yang dianggap sesuai atau tepat.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Alamat :
4. Status :
5. Berapakah membeli di UD. Sumber Jaya:

II. Daftar Pertanyaan yang Diberikan

A. Berkaitan dengan Indikator Kejujuran

1. Apakah menurut bapak/ibu UD. Sumber Jaya menjelaskan kondisi barang dengan apa adanya kepada konsumen?
 - a. Ya menjelaskan kondisi barang dengan apa adanya.
 - b. Kadang menjelaskan kondisi barang dengan apa adanya.
 - c. Tidak pernah menjelaskan kondisi barang dengan apa adanya.
2. Apakah menurut bapak/ibu UD. Sumber Jaya menyembunyikan cacat barang yang akan dijual?
 - a. Tidak pernah menyembunyikan cacat barang
 - b. Kadang menyembunyikan cacat barang
 - c. Sering menyembunyikan cacat barang

3. Apakah menurut bapak/ibu barang dagangan yang ditawarkan UD. Sumber Jaya sesuai dengan harga dan kualitasnya?
 - a. Ya, barang yang ditawarkan sesuai dengan harga dan kualitasnya
 - b. Mungkin barang yang ditawarkan sesuai harga dan kualitasnya.
 - c. Barang yang ditawarkan tidak sesuai dengan harga dan kualitasnya..

B. Berkaitan dengan Indikator Tanggungjawab

1. Apakah menurut bapak/ibu UD. Sumber Jaya bertanggungjawab menerima pengembalian barang yang rusak?
 - a. Ya, bertanggung jawab menerima pengembalian barang yang rusak
 - b. Kadang-kadang, menerima pengembalian barang yang rusak
 - c. Tidak pernah menerima pengembalian barang yang rusak.
2. Apakah menurut bapak/ibu UD. Sumber Jaya bertanggungjawab mengembalikan uang konsumen yang membayar berlebih?
 - a. Ya mengembalikan uang yang konsumen yang membayar lebih.
 - b. Mungkin mengembalikan uang konsumen yang membayar yang lebih.
 - c. Tidak pernah mengembalikan uang konsumen yang membayar yang lebih.

C. Berkaitan dengan indikator Keadilan

1. Apakah menurut bapak/ibu UD. Sumber Jaya memberikan perlakuan yang sama dalam melayani setiap konsumen?
 - a. Ya memberikan perlakuan yang sama kepada setiap konsumen.
 - b. Kadang memberikan perlakuan yang sama kepada setiap konsumen
 - c. Kurang memberikan perlakuan yang sama kepada setiap konsumen.
2. Apakah menurut bapak/ibu UD. Sumber Jaya menawarkan barang dagangan dengan harga yang sama kepada semua konsumen?
 - a. Ya menawarkan harga yang sama kepada setiap konsumen.
 - b. Mungkin menawarkan harga yang sama kepada setiap konsumen.
 - c. Tidak, menawarkan dengan harga yang berbeda kepada setiap konsumen.

D. Berkaitan dengan Indikator Moral

1. Apakah menurut bapak/ibu UD. Sumber Jaya bersikap ramah dalam melayani konsumen?
 - a. Ramah sekali
 - b. Ramah
 - c. Kurang ramah
2. Apakah menurut bapak/ibu UD. Sumber Jaya selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen?
 - a. Selalu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.
 - b. Kadang memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.
 - c. Kurang memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

E. Berkaitan dengan variabel kepuasan Konsumen (Y)

1. Apakah bapak/ibu merasa puas atas pelayanan UD. Sumber Jaya?
 - a. Ya puas.
 - b. Kurang puas
 - c. Tidak puas.
2. Pada saat butuh barang pecah belah apakah bapak/ibu membeli di UD. Sumber Jaya ?
 - a. Selalu akan membeli di UD. Sumber Jaya
 - b. Kadang-kadang membeli di UD. Sumber Jaya
 - c. Tidak membeli di UD. Sumber Jaya
3. Apakah bapak/ibu akan menceritakan kepada kerabat atau teman untuk membeli barang pecah belah di UD. Sumber Jaya?
 - a. Ya, akan menceritakan kepada teman/kerabat
 - b. Mungkin akan menceritakan kepada teman atau kerabat
 - c. Tidak akan menceritakan kepada teman atau kerabat.

LEMBAR WAWANCARA

Wawancara ini ditujukan kepada informan tambahan yaitu kepala pasar Mimbaan Situbondo, dengan tujuan untuk menambah informasi yang tentang mempengaruhi etika bisnis pedagang pasar tradisional terhadap kepuasan konsumen.

Adapun pertanyaan yang diberikan, antara lain:

1. Bagaimana sejarah pasar Mimbaan?
2. Tahun berapa pasar Mimbaan Situbondo berdiri?
3. Berapa luas pasar Mimbaan Situbondo?
4. Berapa kira-kira jumlah konsumen pasar mimbaan perhari?
5. Ada berapa jumlah penjual yang ada di pasar Mimbaan Situbondo?
6. Bagaimana Struktur organisasi pasar Mimbaan Situbondo?

LEMBAR WAWANCARA

Wawancara ini ditujukan kepada informan tambahan yaitu pedagang UD. Sumber Jaya, dengan tujuan untuk menambah informasi yang tentang mempengaruhi etika bisnis pedagang pasar tradisional terhadap kepuasan konsumen.

1. Bagaimana sejarah berdirinya UD. Sumber Jaya?
2. Bagaimana UD.Sumber Jaya dalam melayani konsumen?
3. Berapa jumlah konsumen yang datang dalam sebulan?

Hasil Wawancara

Nama : Junaidi

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Wawancara dengan Kepala Pasar Mimbaan Situbondo

1. Bagaimana sejarah pasar Mimbaan?

Sebenarnya sejarah berdirinya pasar mimbaan saya sendiri kurang tau dek soalnya saya bukan orang Situbondo, dan saya baru dijabat sebagai kepala pasar baru hampir setahun ini. Pasar Mimbaan ini dikelola dibawah naungan pemkab Situbondo dan landasan hukumnya juga dibawah pemkab Situbondo.

2. Tahun berapa pasar Mimbaan Situbondo berdiri?

Tahun berdirinya pasar ini sebenarnya itu dari tahun 1989 yang dikelola oleh Swasta yaitu PT Sahara Alexsandi Utama dari surabaya tapi sampai tahun 31 Desember, selanjutnya dikelola oleh pemkab Situbondo yang dibawah Desperindag 1 januari 2010

3. Berapa luas pasar Mimbaan Situbondo?

Luasnya pasar ini sekitar 2 hektar yang dimulai di sebelah selatan itu mulai dari jalan jawa sampai di utara itu batasnya itu di tugu, dan pertokoan diseling pasar itu dikelola oleh swasta jadi pasar mimbaan ini ya ada di tengah-tengah pertokoan.

4. Berapa kira-kira jumlah konsumen pasar mimbaan perhari?

Sebenarnya kami tidak pernah menghitung jumlah konsumen yang datang kepasar dek, tapi ya klo perhari sekitar 500 orang mungkin, ya emang agak sepi klo hari-hari biasa tapi klo hampir bulan ramadan seperti bisa rame ya bisa 1000 lebihlah, soalnya akan ada pasar ramadan.

5. Ada berapa jumlah penjual yang ada di pasar Mimbaan Situbondo?

Jumlahnya ya Cuma sekitar 249 orang, pedagang yang dibelakang riku Cuma 24 orang, lantai satu 75, lantai 2 61 pedagang, los yang sebelah utara Cuma ada 39 klo los yang di selatan ya Cuma 33, jumlah penjual daging yang ada Cuma 17pedagang.

6. Bagaimana Struktur organisasi pasar Mimbaan Situbondo?

Ya disini yang PNS Cuma ada 2 orang yang lain itu Cuma magang ya sebagai kepala pasar ya saya sendiri, terus bendahara pak prasi, penarim distribusi ke pedagang-pedagang itu pak angga dan koordinator keamanan itu pak purawiyanto, dan dibawahnya ya staf-stafnya.



Nama : H. Farouq Samadi

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Wawancara dengan pemilik UD. Sumber Jaya

1. Bagaimana sejarah berdirinya UD. Sumber Jaya?

Toko ini berdiri itu dimulai dari bapak saya yang memang sudah jualan barang pecah belah disekitar pasar ini sudah lama sekali sejak pasar ini belum berdiri sekitar tahun 70 an kan pasar ini itu berdiri tahun 1989, ya waktu itu pasar ini sudah ada tapi masih belum ada yang ngatur, semula tidak punya toko hanya jualan di emperan-emperan itu dan ya terus berkembang yang semula bisa membeli toko satu kios toko saja, sejak bapak saya pak sujono berhenti jualan dan digantikan saya toko ini berkembang dan bertahan sampai sekarang punya dua kios toko meskipun sekarang orang-orang lebih memilih membeli barang pecah belah toko yang besar-besar ya seperti KDS itu.

2. Bagaimana UD.Sumber Jaya dalam melayani konsumen?

Klo melayani konsumen itu ya pasti harus ramah kayak menawarkan keorang-orang yang lewat depan toko, meskipun diabaikan ya tetep aja tawarkan, kayak orang cuma liat-liat barang saja ya tetep harus ramah klo gak gitu kan orang bisa kabur nanti gak beli ditempat saya.

3. Berapa jumlah konsumen yang datang dalam sebulan?

Dulu sebelum toko-toko besar itu ada ya disini konsumennnya ya ramai sekarang sudah agak sepi ya gak pernah dihitung perbulan berapa tapi ya sekitar 200 orang leih itu masih sampek, bisa 210 orang begitu. tapi kalo ada hari-hari besar kayak hari raya, hajatan, bulan ramadan disini konsumennya ramai soalnya orang-orang kan butuh barang baru untuk dipakai dan itu juga bisa meningkatkan pendapatan klo hari raya, ya juga pernah klo sepi banget itu sehari kadang Cuma 2 orang pelanggan saja yang datang, dan biasanya ibu-ibu yang dateng beli pecah belah ya perlengkapan dapur itu, klo sek muda yang beli itu ya palingan dibuat kado niakahan kayak gelas begitu, klo bapak-bapak ya yang dibeli ya celurit untuk bertani itu.

IDENTITAS RESPONDEN

No	Nama	L/P	Usia	Status	Alamat
1	B. Sumiyati	P	36	Kawin	Kapongan
2	HJ. Azisah	p	38	Kawin	Kapongan
3	H. Halili	L	56	Kawin	Panarukan
4	B. Niwati	P	60	Kawin	Panarukan
5	B. Ulum	P	35	Kawin	Panarukan
6	B. lulun	P	63	Kawin	Arjasa
7	HJ. Supia	P	43	Kawin	Bungatan
8	H. Ridwan	L	45	Kawin	Bungatan
9	HJ. Silvi	P	27	Kawin	Bungatan
10	Hj. Sholeh	P	55	Kawin	Sambien
11	Fitriyah	P	26	Kawin	Sambien
12	HJ. Senab	p	50	Kawin	Arjasa
13	Pak Halili	L	47	Kawin	Arjasa
14	Pak Ismi	L	38	Kawin	Panji
15	Dara	P	26	Belum Kawin	Panji
16	HJ. Laila	P	36	Kawin	Panji
17	B. Islahiyah	P	39	Kawin	Panji
18	B. Mim	P	42	kawin	Panji
19	B. Maisaroh	P	30	Kawin	Panarukan
20	B. Gufron	P	60	Kawin	Panarukan
21	Hj. Rahma	P	60	Kawin	Panarukan
22	Romla	P	25	Belum kawin	Pasir Putih
23	Riska	P	25	Belum kawin	Pasir Putih
24	Hj. Yana	P	40	Kawin	Melandingan
25	B. lila	P	37	Kawin	Melandingan
26	Nur lina	P	25	Belum kawin	Melandingan
27	Nana	P	25	Belum kawin	Suboh
28	Pak. Asbullah	L	34	Kawin	Suboh

29	B. Rohma	P	47	Kawin	Kapongan
30	B. Kikik	P	40	Kawin	Kapongan
31	Hj. Munasir	P	58	Kawin	Kendit
32	B. Ses	P	53	Kawin	Kendit
33	B. Tutik	P	32	Kawin	Manggaran
34	B. Abel	P	56	Kawin	Manggaran
35	Hj. Nailul	P	30	Kawin	Manggaran
36	Pak Saini	L	35	Kawin	Manggaran
37	B. Ifa	P	27	Kawin	Jangkar
38	H. Hasyim	L	60	Kawin	Jangkar
39	B. Sana	P	28	Kawin	Asembagus
40	Hj. Riskiyah	P	36	Kawin	Asembagus
41	Fika hikamawati	P	25	Belum kawin	Panji
42	Hj. Hafidi	P	62	Kawin	Panarukan
43	B. Saenab	P	63	Kawin	Panarukan
44	Pak Hariri	L	56	Kawin	Kapongan
45	B. Matus	P	34	Kawin	Kapongan
46	B. Tur	P	32	Kawin	Kapongan
47	Putri iklimah	P	25	Belum kawin	Asembagus
48	Sa'adatus	P	25	Belum kawin	Asembagus
49	B. Saluki	P	35	Kawin	Banyu Putih
50	B. Isa	P	45	Kawin	Banyu Putih
51	Pak Rofiq	L	60	Kawin	Kendit
52	H. Sarbini	L	61	Kawin	Kendit
53	Hj. Fina	P	29	Kawin	Panarukan
54	B. Eva	P	27	Kawin	Panarukan
55	B. Osni	P	56	Kawin	Panarukan
56	Pak Swardi	L	56	Kawin	Kendit
57	B. Bari	P	57	Kawin	Arjasa
58	B. Badal	P	60	Kawin	Arjasa

59	Pak Rahman	L	50	Kawin	Panji
60	Pak Isom	L	56	Kawin	Panji
61	Hj. Riskiyah	P	60	Kawin	Panji
62	B. Rapik	P	65	Kawin	Panarukan
63	Icuk yuliyanti	P	26	Belum kawin	Kendit
64	B. Karimah	P	38	Kawin	Kapongan
65	HJ. Saenal	P	40	Kawin	Kapongan
66	Hj. Mai	P	36	Kawin	Bungatan
67	B. Yaya	P	29	Kawin	Bungatan
68	B. Pirda	P	28	Kawin	Bungatan

TABEL REKAPITULASI HASIL PENELITIAN

No	Kejujuran			Tanggungjawab		Keadilan		Moral		Jumlah	Kepuasan Konsumen			Jumlah
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	25	3	2	3	8
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	21	2	2	2	6
5	3	3	3	3	3	2	2	2	2	23	2	2	3	7
6	3	3	3	2	2	3	3	3	3	25	3	2	3	8
7	3	3	3	2	2	3	3	3	3	25	3	2	3	8
8	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26	3	3	3	9
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	6
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
11	3	2	3	3	2	2	2	2	2	21	2	2	2	6
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	2	8
13	2	3	3	2	2	3	3	3	3	24	3	3	3	9
14	2	2	1	1	2	2	1	2	2	15	2	2	2	6
15	3	3	3	3	3	3	3	2	2	25	2	2	2	6
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	3	2	7
18	3	3	3	2	2	3	3	3	3	25	3	2	3	8
19	3	3	3	2	2	3	3	2	2	23	2	2	2	6
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	3	2	7
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	2	3	7
23	3	3	3	3	3	2	2	3	3	25	2	3	2	7
24	2	2	2	1	1	2	2	1	2	15	1	1	1	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	2	3	8
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
28	2	2	2	2	1	2	2	2	1	16	1	2	2	5

29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
30	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26	2	3	2	7
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
32	3	3	3	3	3	3	3	2	2	25	2	2	2	6
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
35	2	3	2	2	2	2	3	3	3	22	2	2	2	6
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
37	2	3	2	2	1	2	1	2	2	17	2	1	2	5
38	2	2	2	3	3	3	3	3	2	23	3	2	3	8
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
40	2	2	3	3	2	3	3	3	3	24	3	3	3	9
41	2	1	2	1	1	2	2	2	2	15	1	2	1	4
42	1	2	2	2	2	2	1	2	1	15	2	2	1	5
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	2	2	6
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
46	2	2	2	2	2	1	1	2	2	16	1	1	1	3
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	2	2	6
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
49	2	2	1	1	2	2	2	2	2	16	1	2	2	5
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	2	3	8
51	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26	2	2	2	6
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
53	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26	2	2	3	7
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	3	2	7
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	2	8
56	3	2	3	3	2	2	2	2	3	22	2	2	2	6
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9

59	3	3	3	3	3	3	3	2	2	25	2	3	2	7
60	2	2	2	1	1	2	1	1	2	14	1	1	2	4
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
62	2	2	3	2	2	2	2	2	2	19	2	2	2	6
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	3	2	7
64	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26	3	3	2	8
65	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	2	3	8
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
67	2	3	2	2	2	2	3	2	3	21	2	2	2	6
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	9
JML	186	187	188	177	175	185	184	183	182	1647	166	167	168	501

Hasil Analisis Data

Frequencies
[DataSet0]

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Etika Bisnis
N	Valid	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2.74	2.75	2.76	2.60	2.57	2.72	2.71	2.69	2.68	24.22
Median		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	26.00
Std. Deviation		.477	.469	.492	.626	.630	.484	.600	.526	.531	4.033
Range		2	2	2	2	2	2	2	2	2	13
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
Maximum		3	3	3	3	3	3	3	3	3	27

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.5	1.5	1.5
	2	16	23.5	23.5	25.0
	3	51	75.0	75.0	100.0
Total		68	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.5	1.5	1.5
2	15	22.1	22.1	23.5
3	52	76.5	76.5	100.0
Total	68	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.9	2.9	2.9
2	12	17.6	17.6	20.6
3	54	79.4	79.4	100.0
Total	68	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	7.4	7.4	7.4

2	17	25.0	25.0	32.4
3	46	67.6	67.6	100.0
Total	68	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	7.4	7.4	7.4
2	19	27.9	27.9	35.3
3	44	64.7	64.7	100.0
Total	68	100.0	100.0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.5	1.5	1.5
2	17	25.0	25.0	26.5
3	50	73.5	73.5	100.0
Total	68	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	7.4	7.4	7.4
	2	10	14.7	14.7	22.1
	3	53	77.9	77.9	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.9	2.9	2.9
	2	17	25.0	25.0	27.9
	3	49	72.1	72.1	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

X1.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.9	2.9	2.9
2	18	26.5	26.5	29.4
3	48	70.6	70.6	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Etika Bisnis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	1	1.5	1.5	1.5
	15	4	5.9	5.9	7.4
	16	3	4.4	4.4	11.8
	17	1	1.5	1.5	13.2
	18	1	1.5	1.5	14.7
	19	1	1.5	1.5	16.2
	21	3	4.4	4.4	20.6
	22	2	2.9	2.9	23.5
	23	3	4.4	4.4	27.9
	24	2	2.9	2.9	30.9
	25	8	11.8	11.8	42.6
	26	6	8.8	8.8	51.5
	27	33	48.5	48.5	100.0
Total		68	100.0	100.0	

Frequencies
[DataSet0]

Statistics

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Kepuasan Konsumen
N	Valid	68	68	68	68
	Missing	0	0	0	0
Mean		2.44	2.46	2.47	7.37
Median		3.00	3.00	3.00	8.00
Std. Deviation		.655	.609	.610	1.647
Range		2	2	2	6
Minimum		1	1	1	3
Maximum		3	3	3	9

Frequency Table

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	8.8	8.8	8.8
	2	26	38.2	38.2	47.1
	3	36	52.9	52.9	100.0
Total		68	100.0	100.0	

Y1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	5.9	5.9	5.9
2	29	42.6	42.6	48.5
3	35	51.5	51.5	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Y1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	5.9	5.9	5.9
2	28	41.2	41.2	47.1
3	36	52.9	52.9	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Kepuasan Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.9	2.9	2.9
	4	2	2.9	2.9	5.9
	5	4	5.9	5.9	11.8
	6	14	20.6	20.6	32.4
	7	10	14.7	14.7	47.1
	8	11	16.2	16.2	63.2
	9	25	36.8	36.8	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

X1.6	Pearson Correlation	.710**	.674**	.722**	.613**	.680**	1	.844**	.712**	.572**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X1.7	Pearson Correlation	.663**	.636**	.672**	.598**	.650**	.844**	1	.749**	.681**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X1.8	Pearson Correlation	.562**	.590**	.580**	.619**	.677**	.712**	.749**	1	.760**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X1.9	Pearson Correlation	.600**	.569**	.561**	.461**	.518**	.572**	.681**	.760**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
Etika_Bisnis	Pearson Correlation	.853**	.795**	.846**	.827**	.853**	.866**	.866**	.835**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68

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

Correlations
[DataSet0]

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Kepuasan_Konsumen
Y1.1	Pearson Correlation	1	.648**	.817**	.940**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	68	68	68	68
Y1.2	Pearson Correlation	.648**	1	.498**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	68	68	68	68
Y1.3	Pearson Correlation	.817**	.498**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	68	68	68	68
Kepuasan_Konsumen	Pearson Correlation	.940**	.812**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	68	68	68	68

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

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	68	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	21.49	13.209	.816	.935
X1.2	21.47	13.477	.745	.938

X1.3	21.46	13.147	.805	.935
X1.4	21.62	12.478	.767	.938
X1.5	21.65	12.321	.801	.936
X1.6	21.50	13.119	.830	.934
X1.7	21.51	12.433	.820	.934
X1.8	21.53	12.999	.788	.936
X1.9	21.54	13.297	.694	.941

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	68	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	4.93	1.114	.846	.665
Y1.2	4.91	1.455	.604	.898
Y1.3	4.90	1.318	.731	.785

Regression

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Konsumen	7.4118	1.65029	68
Etika Bisnis	24.2206	4.03287	68

Correlations

		Kepuasan Konsumen	Etika Bisnis
Pearson Correlation	Kepuasan Konsumen	1.000	.825
	Etika Bisnis	.825	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Konsumen	.	.000
	Etika Bisnis	.000	.

N	Kepuasan Konsumen	68	68
	Etika Bisnis	68	68

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Etika Bisnis ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.680	.676	.93996

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.158	1	124.158	140.527	.000 ^a
	Residual	58.312	66	.884		
	Total	182.471	67			

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.764	.699		-1.093	.278		
	Etika Bisnis	.338	.028	.825	11.854	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Etika Bisnis
1	1	1.987	1.000	.01	.01
	2	.013	12.183	.99	.99

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.9618	8.3500	7.4118	1.36129	68
Residual	-2.34995	1.70063	.00000	.93292	68
Std. Predicted Value	-2.534	.689	.000	1.000	68
Std. Residual	-2.500	1.809	.000	.993	68

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

TABEL
Nilai-nilai Kritis Koefisien (r) Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	87	0,209	0,276
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	90	0,207	0,270
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	95	0,202	0,263
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	100	0,195	0,256
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	125	0,176	0,230
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	150	0,159	0,210
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	175	0,148	0,194
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	200	0,138	0,181
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	300	0,113	0,148
19	0,456	0,575	43	0,401	0,389	400	0,098	0,128
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	500	0,088	0,115
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	600	0,080	0,105
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	700	0,074	0,097
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	800	0,070	0,091
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	900	0,065	0,086
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364	1000	0,062	0,081
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			


TABEL
Nilai-nilai Kritis F
untuk tingkat kepercayaan 95 %, alpha = 0.05

df2	df 1				
	1	2	3	4	5
1	161.4	199.5	215.7	224.6	230.2
2	18.51	19	19.16	19.25	19.3
3	10.13	9.552	9.277	9.117	9.013
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.05
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387
7	5.591	4.737	4.347	4.12	3.972
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204
12	4.747	3.885	3.49	3.259	3.106
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025
14	4.6	3.739	3.344	3.112	2.958
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.81
18	4.414	3.555	3.16	2.928	2.773
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.74
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711
21	4.325	3.467	3.072	2.84	2.685
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.64
24	4.26	3.403	3.009	2.776	2.621
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587
27	4.21	3.354	2.96	2.728	2.572
28	4.196	3.34	2.947	2.714	2.558
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545
30	4.171	3.316	2.922	2.69	2.534
31	4.16	3.305	2.911	2.679	2.523
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503
34	4.13	3.276	2.883	2.65	2.494
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.47

38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449
41	4.079	3.226	2.833	2.6	2.443
42	4.073	3.22	2.827	2.594	2.438
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422
46	4.052	3.2	2.807	2.574	2.417
47	4.047	3.195	2.802	2.57	2.413
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404
50	4.034	3.183	2.79	2.557	2.4
51	4.03	3.179	2.786	2.553	2.397
52	4.027	3.175	2.783	2.55	2.393
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389
54	4.02	3.168	2.776	2.543	2.386
55	4.016	3.165	2.773	2.54	2.383
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.38
57	4.01	3.159	2.766	2.534	2.377
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371
60	4.001	3.15	2.758	2.525	2.368
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366
62	3.996	3.145	2.753	2.52	2.363
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361
64	3.991	3.14	2.748	2.515	2.358
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352
68	3.982	3.132	2.74	2.507	2.35
69	3.98	3.13	2.737	2.505	2.348
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342
73	3.972	3.122	2.73	2.497	2.34
74	3.97	3.12	2.728	2.495	2.338
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335
77	3.965	3.115	2.723	2.49	2.333
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332
79	3.962	3.112	2.72	2.487	2.33
80	3.96	3.111	2.719	2.486	2.329
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326

83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324
84	3.955	3.105	2.713	2.48	2.323
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319
88	3.949	3.1	2.708	2.475	2.318
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313
93	3.943	3.094	2.703	2.47	2.312
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311
95	3.941	3.092	2.7	2.467	2.31
96	3.94	3.091	2.699	2.466	2.309
97	3.939	3.09	2.698	2.465	2.308
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305

Surat Ijin Penelitian

 KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor Lampiran Perihal : 3 3_7 4 /UN25.1.5/PL.5/2017 : Permohonan Izin Penelitian 10 MAY 2017

Yth. Kepala Dinas Pasar Mimbaan
Situbondo


Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.

Nama : Musayana
NIM : 100210301069
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di tempat yang saudara pimpin dengan Judul: "Pengaruh Etika Bisnis Pedagang Pasar Tradisional terhadap Kepuasan Konsumen di Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo."

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

a.n. Dekan
Pembantu Dekan I,

Dr. Sukatman, M.Pd
07-06-2017 10:05

Surat Balasan Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN SITUBONDO
DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN**
Jl. Mawar No. 25. Telp : (0338) 673373, Fax : (0338) 680195
SITUBONDO - 68312

SURAT KETERANGAN
No: 510/ /431.223.5.15/2017

Yang bertandatangan dibawah ini Kepala Pasar Mimbaan Situbondo,
menerangkan dengan sebenarnya bahwa

Nama : Musayana
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Program Studi : Pendidikan Ekonomi FKIP UNEJ

Mahasiswa tersebut benar-benar telah melaksanakan penelitian pada
konsumen di Pasar Mimbaan Situbondo dengan Judul “Pengaruh Etika Bisnis
Pedagang Pasar Tradisional terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Mimbaan
Situbondo Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo”


Demikianlah Surat Keterangan Ini. Kami buat dengan sebenarnya agar
dapat dipergunakan dengan sebagai mestinya.

Situbondo 30 Mei 2017
Kepala Pasar Mimbaan Situbondo



07-06-2017 10:05

Lembar Konsultasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
 UNIVERSITAS JEMBER
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegulboto Kotak Pos 162
 Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Musayana
 NIM/Angkatan : 100210301069 / 2010
 Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : " Pengaruh Etika Bisnis Pedagang Pasar Tradisional terhadap Kepuasan Konsumen Di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo"
 Pembimbing I : Drs. Bambang Suyadi, M Si

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Senin / 30-01-17	BAB I	1) [Signature]
2.	Rabu / 01-02-2017	BAB I	2) [Signature]
3.	Rabu / 22-02-2017	BAB II	3) [Signature]
4.	Jum'at / 24-02-17	BAB II	4) [Signature]
5.	Rabu / 08-03-17	BAB II	5) [Signature]
6.	Rabu / 15-03-17	BAB III	6) [Signature]
7.	Jum'at / 17-03-17	BAB III	7) [Signature]
8.	Rabu / 22-03-17	BAB III	8) [Signature]
9.	Rabu / 29-03-17	ACC Seminar	9) [Signature]
10.	Jum'at / 02-04-17	BAB 4.5	10) [Signature]
11.	Senin / 05-04-17	ACC sidang	11) [Signature]
12.			
13.			13) [Signature]
14.			14) [Signature]
15.			15) [Signature]

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan di isi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Musayana
NIM/Angkatan : 100210301069 / 2010
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : "Pengaruh Etika Bisnis Pedagang Pasar Tradisional terhadap Kepuasan Konsumen Di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo"
Pembimbing II : Ds. Pudjo Suharso, M.Si

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II	
1.	Senin / 30-01-17	BAB I, 2, 3	1) <i>Stu</i>	
2.	Rabu / 01-02-17	BAB I, 2, 3		2) <i>Stu</i>
3.	Rabu / 22-02-17	BAB 1, 2, 3	3) <i>Stu</i>	
4.	Rabu / 08-03-17	BAB 1, 2, 3		4) <i>Stu</i>
5.	Rabu / 15-03-17	BAB 1, 2, 3	5) <i>Stu</i>	
6.	Rabu / 22-03-17	Acc Seminar proposal		6) <i>acc</i>
7.	Rabu / 12-04-17	BAB 4, 5	7) <i>Stu</i>	
8.	Selasa / 09-04-17	BAB 4, 5		8) <i>Stu</i>
9.	Rabu / 26-04-17	BAB 4, 5	9) <i>Stu</i>	
10.	Rabu / 10-05-17	BAB 4, 5		10) <i>Stu</i>
11.	Rabu / 17-05-17	BAB 4, 5	11) <i>Stu</i>	
12.	Rabu / 24-05-17	BAB 4, 5		12) <i>Stu</i>
13.	Rabu / 31-05-17	BAB 4, 5	13) <i>Stu</i>	
14.	Selasa / 05-06-17	Acc sidang skripsi		14)
15.			15) <i>Acc</i>	

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan di isi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus di bawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

DOKUMENTASI



Gambar 1. Kondisi Pasar Mimbaan Situbondo Dari Depan



Gambar 2. Kondisi UD. Sumber Jaya dari depan



Gambar 3. Konsumen melakukan tawar-menawar di UD. Sumber Jaya



Gambar 4. Pengisian Angket konsumen UD. Sumber Jaya

Denah Pasar Mimbaan Situbondo



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas



1. Nama : Musayana
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Situbondo, 12 Agustus 1992
3. Agama : Islam
4. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Ali Wahyudi
 - b. Ibu : Maimuna
5. Alamat Jember : Jalan Halmahera 3 No 6 Kec
Sumbersari Kab Jember
6. Alamat Asal : KP. Taman RT004/RW002 Desa
Bletok Kec. Bungatan Kab.
Situbondo .

B. Pendidikan

No	Nama Sekolah	Tempat	Tahun
1	SDN 3 Mlandingan Wetan	Situbondo	2004
2	MTs Islamiyah Nuriyah Bungatan	Situbondo	2007
3	SMA Nurul Jadid Paiton	Probolinggo	2010
4	Prog. Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jember	Jember	2017