

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil alamin. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan taufik serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Enje Mart Pondok Pesantren Nurul Jadid”**.

Selanjutnya kesejahteraan dan kedamaian dari-Nya semoga tercurahkan kepada Rasulullah SAW sang revolusioner dunia, yang telah mengubah alam ini dengan cahaya ilmu, dan petunjuk darinya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. KH. Moh. Zuhri Zaini, BA selaku pengasuh pondok pesantren Nurul Jadid.
2. KH. Hamid Wahid, M.Ag. selaku rektor Universitas Nurul Jadid.
3. Dr. Tirmidi, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Sosial Dan Humaniora.
4. Deddy Junaedi, M.AB selaku ketua program studi Ekonomi.
5. Moh. Rasidi, MM yang merupakan pembimbing I dan Muh. Hamzah, MM selaku pembimbing II.
6. Kedua orang tua yang telah menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang tidak bisa disebut satu persatu, yang juga ikut berpartisipasi demi menyelesaikan skripsi ini.

Dengan penuh rendah hati kami mohon maaf yang sebesar-besarnya jika dalam skripsi kami tidak sesuai dengan harapan serta tidak memuaskan, karena hanya inilah batas kemampuan kami. Sebagaimana pepatah mengatakan “tiada nakhoda yang terbangun tangguh ditengah laut, melainkan terbangun dengan melawan badai dan ombak” disadari sepenuhnya bahwa tak ada gading yang tak retak dan tiada satupun bunga tak berguguran, walaupun salju tetap menetes, begitu juga bahwa di

dunia ini tidak ada sesuatu yang sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif serta pengembangan keilmuan selalu kami harapkan.

Paiton, 09 Juni 2023

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Definisi Konsep.....	9
G. Penelitian Terdahulu.....	9
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	
A. Etika Bisnis.....	12
1. Pengertian Etika Bisnis	12
2. Tujuan Etika Bisnis	15
3. Teori-Teori Etika Bisnis	15
4. Tujuan Etika Bisnis	19
5. Prinsip Etika Bisnis	19
6. Indikator Etika Bisnis	21
B. Minat Beli	23

1. Pengertian Minat Beli	23
2. Indikator Minat Beli	25
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	26
4. Tahapan Minat Pembelian Konsumen.....	27
C. Hubungan Etika Bisnis Terhadap Minat Beli Konsumen.....	28
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	31
B. Tahap-tahap Penelitian	32
C. Instrumen Penelitian	34
D. Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Analisis Data	39
G. Pengecekan Keabsahan Data	41
BAB IV: HASIL PENELITIAN	
A. Paparan Data Objek Penelitian	44
1. Gambaran Umum Tentang Enje Mart	44
2. Dasar, Status Dan Klasifikasi Enje Mart	47
3. Tujuan, Visi Dan Misi Took Enje Mart Nurul Jadid.....	47
4. Letak Lokasi Dan Luas Lahan Enje Mart.....	48
5. Komoditi Yang Di Perdagangan.....	49
6. Data Susunan Organisasi Enje Mart	49
7. Satuan Tugas.....	51
B. Paparan Data dan pembahasan	54
1. Bagaimana penerapan etika bisnis di enje mart untuk meningkatkan minat beli konsumen.....	64
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran-Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	69

LAMPIRAN-LAMPIRAN	72
RIWAYAT HIDUP	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4.1 Struktur Unit Usaha Enje Mart	50
Tabel 5.1 Instrumen Wawancara Kepada Pengurus Enje Mart	76

