

ABSTRAK

Susanty Muhammad. 921 413 081. 2018. *Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islami Dan Tingkat Religius Pedagang Terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi Kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo)*. Skripsi Program Studi S1 Akuntansi, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Bapak La Ode Rasuli, S.Pd, SE, MSA dan Bapak Ronald S. Badu, SE, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islami dan Tingkat Religius Pedagang Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan yakni metode kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang dilakukan menggunakan penyebaran kuesioner pada responden yang telah memenuhi standar sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Pemahaman Etika Bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo. Tingkat Religius Pedagang berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo. Secara simultan, Pemahaman Etika Bisnis Islam dan Tingkat Religius Pedagang secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo. Nilai R Square, sebesar 0,625. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 62,5% variabilitas Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo dapat dijelaskan oleh Pemahaman Etika Bisnis Islam dan Tingkat Religius Pedagang.

Kata Kunci: Pemahaman Etika Bisnis, Religius, Perilaku