

ABSTRAK

NURHAFRIYANTI HAFID.2024. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Toko Heijab Store Makassar. Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Agus Salim HR dan Sri Wahyuni.

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat Kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 9 yaitu 2 pemilik toko (Owner), 3 karyawan dan 10 konsumen. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif deskriptif dengan pengambilan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini bertujuan pertama, implementasi etika bisnis Islam pada toko Heijab Store sepenuhnya mengadopsi prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu diantaranya: prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kejujuran, prinsip kehendak bebas dan prinsip tanggung jawab. Kedua untuk mengetahui cara meningkatkan kualitas pelayanan dengan memenuhi beberapa aspek pelayanan kepada konsumen yaitu, produk, harga, promosi dan proses.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, Konsumen



ABSTRACT

NURHAFRIYANTI HAFID.2024. *Implementation Of Islamic Business Ethics In Improving The Quality Of Consumer Service At Heijab Store Makassar. Thesis. Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Agus Salim HR and Sri Wahyuni.*

The aim of this research is a type of qualitative research with the aim of knowing the implementation of business ethics in improving the quality of consumer service. The informants in this study consisted of 9, namely 2 shop owners (Owners), 3 employees and 10 consumers. The type of data used in this research is descriptive qualitative data with data collection obtained through interviews, observation and documentation. In this research, the data sources used in data collection are primary data and secondary data. The results of this research aim firstly, the implementation of Islamic business ethics at the Heijab Store completely adopts the principles of Islamic business ethics, namely: the principle of monotheism, the principle of justice, the principle of honesty, the principle of free will and the principle of responsibility. Second, to find out how to improve service quality by fulfilling several aspects of service to consumers, namely, product, price, promotion and process..

Keywords : Islamic Business Ethics, Service Quality, Consumers

