

**PENGARUH LINGKUNGAN KERJA ISLAM DAN ETIKA KERJA ISLAM
TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG (*REPURCHASE INTENTION*)
TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN**

SKRIPSI



Oleh
Abdul Lathif Putra Setiawan
NIM. 210401110018

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2025**

**PENGARUH LINGKUNGAN KERJA ISLAM DAN ETIKA KERJA ISLAM
TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG (*REPURCHASE INTENTION*)
TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Dekan Fakultas psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malaik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana
Psikologi (S. Psi)

Oleh

Abdul Lathif Putra Setiawan
NIM. 210401110018

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH LINGKUNGAN KERJA ISLAM DAN ETIKA KERJA ISLAM TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG (*REPURCHASE INTENTION*) TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN


SKRIPSI

Oleh

Abdul Lathif Putra Setiawan

NIM. 210401110018

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Dosen Pembimbing 1 <u>Agus Iqbal Hawabi, M.Psi. Psikolog.</u> NIP. 198806012019031009		16 / 09 2025

Malang, 16 September 2025
Mengetahui,
Ketua Program Studi



LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH LINGKUNGAN KERJA ISLAM DAN ETIKA KERJA ISLAM TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG (*REPURCHASE INTENTION*) TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN


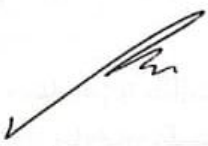

SKRIPSI

Oleh

Abdul Lathif Putra Setiawan

NIM. 210401110018

DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Dosen	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Sekretaris Penguji <u>Halimatus Sa'diyah, M.Pd</u> NIP. 19831120201608012091		2 Desember 2025
Ketua Penguji <u>Agus Iqbal Hawabi, M.Psi. Psikolog.</u> NIP. 198806012019031009		13 November 2025
Penguji Utama <u>Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si</u> NIP. 197605122003121002		12 November 2025

Disahkan oleh

Dekan,



Dr. Siti Mahmudah, M. Si
NIP. 19671029199403200

NOTA DINAS

Kepada Yth., Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Skripsi berjudul:

**PENGARUH LINGKUNGAN KERJA ISLAM DAN ETIKA KERJA ISLAM
TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG (*REPURCHASE INTENTION*)
TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN**

Yang ditulis oleh:

Nama : Abdul Lathif Putra Setiawan
NIM : 210401110018
Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang
Dosen Pembimbing 1,



Agus Iqbal Hawabi, M.Psi. Psikolog.
NIP. 198806012019031009

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Abdul Lathif Putra Setiawan

NIM : 210401110018

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **PENGARUH LINGKUNGAN KERJA ISLAM DAN ETIKA KERJA ISLAM TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG (*REPURCHASE INTENTION*) TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN**, adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Univesitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi.

Malang, 03 September 2025.

Penulis,



Abdul Lathif Putra Setiawan
NIM. 210401110018

MOTTO

“خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ”

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya.”

(HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni. Hadits ini dihasankan oleh al-Albani di dalam Shahihul Jami’ no:3289)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah SWT. atas limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. suri teladan terbaik sepanjang masa, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju cahaya ilmu pengetahuan. karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Arjo dan Ibu Ufim Masruroh yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan yang tak ternilai sepanjang perjalanan hidup dan pendidikan penulis.
2. Keluarga Besar Penulis yang selalu memberi semangat, serta nasihat yang luar biasa selama proses penyelesaian skripsi ini.
3. Dosen Pembimbing saya Bapak Agus Iqbal Hawabi, M. Psi., Psikolog. yang dengan penuh kesabaran meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, dan nasihat hingga skripsi ini selesai. Terima kasih atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan. Semoga Allah SWT selalu melancarkan urusan Bapak Dosen Pembimbing. Aamiin.
4. Bapak Kyai Muhammad Jamaluddin Ma'mun, M.Si., beliau adalah guru spiritual saya yang senantiasa membimbing dalam meneladani ajaran Rasulullah, serta menanamkan pentingnya mengedepankan akhlak mulia sebagaimana yang diajarkan oleh Rasulullah SAW.
5. Para sahabat seperjuangan Kelas Psikologi A angkatan 21 yang telah berjuang bersama untuk menyelesaikan amanah sebagai Mahasiswa Psikologi.
6. Para Rekan dan Rekanita IPNU IPPNU PR. Takerharjo yang selalu yang telah menjadi rekan seperjuangan sekaligus sumber motivasi, kebersamaan, dukungan, serta semangat yang selalu menyertai perjalanan saya hingga terselesaikannya skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur alhamdulillah penulis persembahkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH LINGKUNGAN KERJA ISLAM DAN ETIKA KERJA ISLAM TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG (*REPURCHASE INTENTION*) TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN”.

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (SI) dalam Fakultas psikologi jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Malang. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang memberikan bantuan moril maupun materil, petunjuk dan nasehat yang sangat besar sekali manfaatnya terhadap penyelesaian skripsi ini, terutama pada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nurdiana, M.Si., CAHRM., CRMP., selaku rektor UIN Maliki Malang yang telah banyak memberikan pengetahuan dan pengalaman yang berharga.
2. Ibu Dr. Siti Mahmudah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, yang telah memberikan fasilitas pembelajaran yang layak dan didukung dengan tenaga pendidik yang professional.
3. Bapak Agus Iqbal Hawabi, M. Psi., Psikolog. selaku dosen pembimbing saya, yang telah banyak memberikan pengarahan serta motivasi agar Skripsi ini dapat segera dituntaskan.
4. Segenap Dosen Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama proses perkuliahan.
5. Bapak Prof. Dr. (HC), K.H. Abdul Ghofur Pengasuh PP. Sunan Drajat Lamongan sekaligus pemilik PT. Perekonomian Sunan Drajat, beliau adalah sang pendidik yang dawuhnya selalu mengingatkan saya dalam semangat belajar yaitu “*zaman sekarang berjihad bukan lagi lewat peperangan dengan menggunakan pedang, tetapi lewat pendidikan melawan kemalasan*”

6. CV. Toserba Sunan Drajat yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian ini sehingga penelitian ini telah terselesaikan.

Semoga Allah senantiasa membalas segala kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan. Penulis berharap semoga dengan adanya tulisan ini dapat memberikan manfaat khususnya kepada penulis pribadi, dan kepada semua pihak pada umumnya. Aamiin Ya Robbal Alamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 03 September 2025



Abdul Lathif Putra Setiawan
NIM. 210401110018

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
ملخص.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Lingkungan Kerja Islam	9
A. Pengertian Lingkungan Kerja	9
B. Pengertian Lingkungan Kerja Menurut Islam	10
C. Aspek Lingkungan Kerja Islam	13
D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lingkungan Kerja Islam....	14
E. Nilai-Nilai Lingkungan Kerja Islam	15
F. Prinsip-Prinsip Lingkungan Kerja Islam	17
2.1.2 Etika Kerja Islam	18

A. Pengertian Etika Kerja	18
B. Pengertian Etika Kerja Menurut Islam	19
C. Aspek Etika Kerja Islam	21
2.1.3 Minat Membeli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	24
A. Pengertian minat membeli ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	24
B. Aspek minat membeli ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	25
C. Faktor-faktor minat membeli ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	26
D. Minat membeli ulang (<i>Repurchase Intention</i>) dalam islam.....	27
2.2 Karangka Konseptual	29
2.3 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian	31
3.3 Definisi Operasional.....	32
3.4 Populasi Dan Sampel	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	36
3.6 Instrumen Penelitian.....	37
3.7 Uji Kualitas Data	40
3.8 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Pelaksanaan Penelitian	47
4.2 Hasil Penelitian	47
1. Uji Normalitas	47
2. Uji Multikolinieritas	48
3. Uji Heteroskedestisitas	49
4. Uji Regresi Linier Berganda	49
5. Uji Hipotesis.....	51
4.3 Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan.....	63

5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sarana Perdagangan Di Kecamatan Paciran 2023	2
Tabel 1.2 Data Pengunjung Toserba Sunan Drajat 2023.....	5
Tabel 3.1 Skala Likert	37
Tabel 3.2 Blueprint Skala Lingkungan Kerja Islam.....	38
Tabel 3.3 Blueprint Etika Kerja Islam.....	39
Tabel 3.4 Blueprint Minat Membeli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Skala Lingkungan Kerja Islam	41
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Skala Etika Kerja Islam	41
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Skala Minat Membeli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	42
Tabel 3.8 Ketentuan Reliabilitas	43
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Tiga Variabel.....	43
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Heteroskedestisitas	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.5 Hasil Uji T (Parsial).....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji F (Simultan)	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	71
Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian Di Toserba Sunan Drajat Lamongan ...	72
Lampiran 3 Angket Penelitian Dan Instrumen Penelitian.....	73
Lampiran 4 Data Mentah Hasil Angket Uji Validitas Dan Reliabilitas	79
Lampiran 5 Data Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	82
Lampiran 6 Data Mentah Penelitian	88
Lampiran 7 Hasil Data Uji Asumsi Klasik, Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Dan Uji Hipotesis.....	95
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian.....	97
Lampiran 9 Biodata Mahasiswa.....	98

ABSTRAK

Abdul Lathif P.S., 2025, *Pengaruh Lingkungan Kerja Islam Dan Etika Kerja Islam Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) Toserba Sunan Drajat Lamongan*, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Skripsi Agus Iqbal Hawabi, M. Psi. Psikolog.

Kata Kunci: Lingkungan Kerja Islam, Etika Kerja Islam, Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Persaingan ritel modern semakin ketat sehingga menuntut strategi diferensiasi yang tidak hanya menekankan pada harga dan kualitas, tetapi juga pada penerapan nilai-nilai Islami dalam lingkungan kerja dan pelayanan. Toserba Sunan Drajat Lamongan menjadi salah satu ritel berbasis syariah yang berusaha menghadirkan suasana islami melalui lingkungan kerja dan etika kerja karyawan. Penerapan nilai Islami ini diyakini mampu meningkatkan kenyamanan, kepuasan, serta kepercayaan konsumen sehingga memperkuat minat membeli ulang (*repurchase intention*).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah konsumen Toserba Sunan Drajat Lamongan, dengan jumlah sampel sebanyak 100 yang ditentukan melalui teknik purposive sampling dengan konsumen yang pernah mengunjungi Toserba minimal 3 kali dan minimal umur 18 tahun. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t parsial, dan uji F simultan dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa lingkungan kerja Islam berpengaruh negatif terhadap minat membeli ulang ($\beta = -0,114$), begitu pula etika kerja Islam berpengaruh negatif terhadap minat membeli ulang ($\beta = -0,264$). Secara Uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,010 ($<0,05$), yang berarti Lingkungan Kerja Islam Dan Etika Kerja Islam secara simultan berpengaruh positif terhadap Minat Membeli Ulang Toserba Sunan Drajat Lamongan.

ABSTRACT

Abdul Lathif Putra Setiawan, 2025, *The Influence of Islamic Work Environment and Islamic Work Ethics on Repurchase Intention at Toserba Sunan Drajat Lamongan*, Faculty of Psychology, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Thesis Supervisor: Agus Iqbal Hawabi, M. Psi., Psychologist.

Keywords: Islamic Work Environment, Islamic Work Ethics, *Repurchase Intention*

Competition in modern retail is intensifying, necessitating a differentiation strategy that emphasizes not only price and quality but also the application of Islamic values in the work environment and service. Sunan Drajat Department Store in Lamongan is one such Sharia-compliant retailer that strives to create an Islamic atmosphere through its work environment and employee work ethic. The application of these Islamic values is believed to increase consumer comfort, satisfaction, and trust, thereby strengthening repurchase intention.

This study uses a quantitative approach with a survey method. The research population is consumers of Sunan Drajat Lamonga Department Store, with a sample size of 100 determined through a purposive sampling technique with consumers who have visited the department store at least 3 times and are at least 18 years old. The research instrument is a questionnaire with a Likert scale that has been tested for validity and reliability. Data analysis was carried out using the classical assumption test, multiple linear regression, partial t-test, and simultaneous F-test with the help of SPSS software.

The partial results of the study indicate that the Islamic work environment has a negative effect on repurchase intention ($\beta = -0.114$), as well as Islamic work ethics has a negative effect on repurchase intention ($\beta = -0.264$). The F test shows a significance value of 0.010 (<0.05), which means that the Islamic Work Environment and Islamic Work Ethics simultaneously influence the Repurchase Intention of Sunan Drajat Lamongan Department Store.

الملخص

عبد اللطيف بوترا سيتياوان، ٢٠٢٥، تأثير بيئة العمل الإسلامية وأخلاقيات العمل الإسلامية على نية إعادة الشراء في متجر سونان دراجات، لامونجان، كلية علم النفس، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج. مشرف الرسالة: أجوس إقبال حوايي، ماجستير في علم النفس. أخصائي علم النفس.

الكلمات المفتاحية: بيئة العمل الإسلامية، أخلاقيات العمل الإسلامية، نية إعادة الشراء تشتد المنافسة في قطاع التجزئة الحديث، مما يستدعي استراتيجية تمييز تركز ليس فقط على السعر والجودة، بل أيضًا على تطبيق القيم الإسلامية في بيئة العمل والخدمة. يُعد متجر سونان دراجات متعدد الأقسام في لامونجان أحد متاجر التجزئة المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، ويسعى جاهداً لخلق أجواء إسلامية من خلال بيئة عمله وأخلاقيات العمل لموظفيه. يُعتقد أن تطبيق هذه القيم الإسلامية يزيد من راحة المستهلك ورضاه وثقته، مما يعزز رغبته في إعادة الشراء تعتمد هذه الدراسة على منهج كمي قائم على المسح. يتكون مجتمع البحث من مستهلكي متجر سونان دراجات لامونجا متعدد الأقسام، وبلغ حجم العينة 100 فرد، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، ممن زاروا المتجر ثلاث مرات على الأقل، وتبلغ أعمارهم 18 عامًا على الأقل. أداة البحث هي استبيان بمقياس ليكرت، تم اختبار صحته وموثوقيته. تم تحليل البيانات باستخدام المتزامن F الجزئي، واختبار t اختبار الافتراضات الكلاسيكي، والانحدار الخطي المتعدد، واختبار SPSS باستخدام برنامج.

$(\beta = -$ تشير النتائج الجزئية للدراسة إلى أن بيئة العمل الإسلامية تؤثر سلبًا على نية إعادة الشراء قيمة دلالة F يُظهر اختبار $(\beta = -0.264)$ وكذلك أخلاقيات العمل الإسلامية (0.114) إحصائية قدرها $0.010 (>0.05)$ ، مما يعني أن بيئة العمل الإسلامية وأخلاقيات العمل الإسلامية تؤثران في الوقت نفسه على نية إعادة الشراء في متجر سونان دراجات لامونجان متعدد الأقسام

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lingkungan kerja yang berlandaskan nilai-nilai Islam dan penerapan etika kerja Islam semakin menjadi perhatian dalam dunia bisnis di era sekarang, khususnya di kalangan organisasi yang ingin mengintegrasikan prinsip-prinsip agama dalam aktivitas operasionalnya. Perkembangan dunia usaha maupun bisnis di Indonesia sangat berkembang pesat baik di sektor industri maupun jasa sehingga menyebabkan persaingan antar perusahaan yang semakin ketat (Safitri, 2022). Dengan adanya persaingan maka banyak perusahaan yang berlomba lomba untuk memenangkannya, dengan cara meningkatkan kemampuannya agar konsumen berniat untuk membeli ulang karena jasa yang dihasilkan semakin berinovasi sehingga dapat memberikan layanan yang sesuai dengan minat konsumen.

Menurut Cronin dan Taylor (1992), niat membeli kembali merupakan respon positif terhadap kualitas layanan yang diterima, yang dapat mendorong pelanggan untuk kembali berbelanja. Dalam konteks produk halal, kualitas produk tidak hanya diukur dari segi fisiknya tetapi juga dari aspek kehalalan dan etika bisnis yang dijalankan. Secara umum, pelayanan tersebut mencakup kecepatan layanan, kenyamanan yang ditawarkan, kemudahan lokasi, harga yang wajar dan bersaing, serta keahlian pramuniaga. Dengan memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan saat berbelanja adalah cara yang paling mudah untuk memikirkannya. Pelayanan sangat penting bagi bisnis ritel. Selain persaingan antar peritel yang ketat, kebutuhan pelanggan memaksa bisnis untuk memberikan pelayanan terbaik. Contohnya, Indomaret dan Alfamart bersaing untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan mereka.

Tujuan utama bisnis, menurut Schnaars (1998), adalah untuk membuat pelanggan puas. Minat membeli ulang atau *Repurchase Intention* merupakan salah satu indikator utama dari loyalitas pelanggan dan keberhasilan jangka

panjang perusahaan. Ketersediaan sarana perekonomian juga berperan penting dalam mendukung pertumbuhan dan pemerataan layanan konsumen di sebuah wilayah. Kecamatan Paciran salah satu kecamatan di Daerah Kabupaten Lamongan yang berkembang sarana perekonomiannya. Terdapat jumlah supermarket atau toserba secara keseluruhan. Khususnya di kecamatan paciran yang memiliki banyak supermarket atau toserba. Dapat ditinjau lebih detail pada gambar berikut:

Desa/ Kelurahan	Pasar Tanpa Bangunan	Swalayan/ Supermarket	Restoran/ Rumah Makan
Blimbing	-	3	-
Kandangsemangkon	2	3	-
Paciran	1	7	6
Sumurgayam	-	-	-
Sendangagung	1	3	-
sendangduwur	-	-	-
Tunggul	1	5	3
Kranji	-	1	-
Drajat	1	-	-
Banjarwati	1	6	1
Kemantren	1	3	1
Sidokelar	-	-	-
Tlogosadang	-	-	-
Paloh	-	-	-
Weru	-	-	-
Sidokumpul	-	-	-
Warulor	-	-	-
Total	8	31	11

Tabel 1.1 sarana perdagangan di kecamatan paciran 2023

Sumber: <https://lamongankab.bps.go.id>

Data tersebut menyajikan berbagai perdagangan di setiap desa atau kelurahan di Kecamatan Paciran, termasuk pasar tanpa bangunan permanen, supermarket atau swalayan, serta restoran atau rumah makan. Kecamatan paciran memiliki aktivitas perdagangan yang cukup aktif dan merata, terutama pada sektor ritel modern seperti supermarket atau swalayan yang jumlahnya mendominasi dibandingkan jenis sarana perdagangan lainnya. Salah satu desa yang mencerminkan aktivitas perdagangan yang cukup tinggi adalah desa banjarwati, yang memiliki satu pasar 1 (satu) pasar tanpa bangunan permanen,

6 (enam) supermarket atau swalayan, 1 (satu) restoran atau rumah makan. Hal ini menunjukkan bahwa desa banjarwati menjadi salah satu pusat ekonomi lokal di wilayah kecamatan paciran, dengan ketersediaan fasilitas yang mendukung kebutuhan konsumsi masyarakat sehari-hari.

Berdasarkan data di atas tidak kalah menarik salah satu minimarket atau toserba yang berbasis islam di banjarwati paciran Lamongan yaitu Toserba Sunan Drajat. Menurut penelitian LamonganPos.com, toserba ini makin memperketat persaingan bisnis ritel di Lamongan Pantura. Di Drajat sekarang ada tiga toserba yang tergolong besar, yaitu Tiara, Primark, dan kini Sunan Drajat. Sebelum ada Toserba Sunan Drajat, toserba paling lengkap di Lamongan Pantura adalah Tiara. Tapi sekarang gelar ini berpindah ke Toserba Sunan Drajat. Dari laman resmi Toserba Sunan Drajat, Sejarah berdirinya toko ritel ini merupakan salah satu toko ritel di Lamongan yang awalnya dari dua toko kecil di dalam Pondok Pesantren Sunan Drajat Putra dan Putri. Toko ini bertujuan untuk membantu santri dan warga sekitar dengan kebutuhan sehari-hari. Toko ini menyediakan berbagai kebutuhan pokok seperti makanan, minuman, alat tulis, dan perlengkapan sehari-hari lainnya, sehingga dapat membantu santri dan warga sekitar. Pada Bulan Maret Tahun 2022, manajemen Toserba Sunan Drajat berhasil membuka cabang pertamanya di luar pondok pesantren setelah mendapat respons positif dari santri dan masyarakat sekitar. Pada akhirnya, Toserba Sunan Drajat mengalami perkembangan yang signifikan. Sekarang memiliki 50 cabang yang tersebar di berbagai Daerah dan akan bertambah lagi terutama di wilayah Lamongan, Gresik, Tuban, dan Bojonegoro.

Berdasarkan observasi peneliti Toserba Sunan Drajat mempunyai hal menarik dibandingkan dengan toko ritel di sekitarnya. Yaitu, lingkungan yang serba islami. Mulai dari tempatnya yang strategis yang berada di sebelah timur Makam Sunan Drajat (Raden Qosim). sebelah selatan gedung toserba juga dibangun mushollah untuk mengantisipasi para konsumen yang khawatir ketinggalan sholatnya. Menurut penelitian Putri (2023), General Manager Didik Fathul Qarib juga menjelaskan bahwa tempat yang digunakan Toserba Sunan Drajat walaupun bertempat di dekat makam yang menjadi pusat ziarah orang-

orang, Toserba Sunan Drajat tidak mencari tempat yang sudah ramai dikunjungi orang, tetapi Toserba Sunan Drajat Lamongan menciptakan tempat yang akan mengundang keramaian karena sasaran utamanya bukan orang-orang yang ziarah melainkan warga sekitar Paciran pada khususnya.

Peneliti juga mengamati yang membedakan antara toserba sunan drajat dengan toko ritel lainnya yaitu, ruangan tempat berbelanja diiringi playlist musik bernuansa islami. Seperti, Murottal Al-Qur'an, pengajian kitab kuning setiap pagi dan sholawat. Tidak hanya itu, pakaian yang digunakan para karyawan juga bernuansa islami. Warna pakaian yang serba hijau dan putih. Para karyawan laki-laki juga menggunakan songkok sedangkan yang perempuan semuanya berhijab dan memakai bawahan rok panjang.

Menurut Putri (2023), salah satu karyawan sumber daya yang dimiliki oleh Toserba Sunan Drajat untuk memenuhi aktivitas kunci yakni dengan memiliki fasilitas tempat yang luas dan nyaman. Pada bagian SDM, Toserba Sunan Drajat memiliki SDM yang disiplin dan selalu mengadakan pengembangan dengan memberikan reward kepada SDM yang disiplin dan teladan. Selain itu, briefing yang dilakukan SDM sebelum memulai kegiatan dengan membaca surat Al-Waqi'ah, membaca Asmaul Husna, membaca sholawat nariyah, Sholat Dhuha berjamaah, hingga berdo'a bersama menjadikan SDM Toserba Sunan Drajat semakin kuat.

Konsumen memang kunci untuk tercapainya tujuan perusahaan, karena membangun kepercayaan kepada konsumen berarti menunjukkan komitmen bahwa perusahaan itu lebih dipercaya dibanding perusahaan lain (Putri, 2023). Dibuktikan dengan pendapat konsumen, bahwa Toserba Sunan Drajat memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen. Hal ini dapat dilihat dari awal masuk pada Toserba Sunan Drajat, dari depan pintu masuk saja sudah ada karyawan yang siap membuka pintu Toserba Sunan Drajat yang kemudian ada pusat informasi dan penitipan. Sedangkan pada bagian display barang, ada karyawan yang bertugas untuk mengarahkan konsumen ketika ingin mencari suatu barang yang dibutuhkan konsumen.

Persaingan yang semakin ketat antar perusahaan ritel di wilayah Kecamatan Paciran menjadi hal yang sangat wajar. Menurut observasi peneliti dengan budaya kerja yang serba islami Toserba Sunan Drajat mencapai jumlah pengunjung yang cukup banyak dibandingkan dengan toko ritel lainnya yang budaya kerjanya tidak islami, hal itu dapat dibuktikan dengan data dibawah ini:

Bulan 2025	Jumlah konsumen yang masuk ke toserba	Jumlah konsumen yang keluar dengan membawa kantong plastic
Mei	79.344	48.716
Juni	75.940	46.518
Juli	97.024	56.183

Tabel 1.2 data pengunjung toserba sunan drajat 2025

Sumber : HRD Toserba Sunan Drajat

Dari hasil sampel selama tiga bulan, yaitu pada bulan Mei terdapat total jumlah 79.344 pengunjung dan 48.716 pengunjung yang keluar dengan membawa kantong plastik. sedangkan pada bulan Juni terdapat total 75.940 pengunjung dan 46.518 yang keluar dengan membawa kantong plastik. Pada bulan Juli terdapat total 97.024 pengunjung dan 56.183 pengunjung yang keluar dengan membawa kantong plastik. Adanya event atau musim belanja memberikan pertambahan jumlah konsumen yang masuk ke dalam Toserba Sunan Drajat, dan membuktikan bahwa pelanggan Toserba Sunan Drajat meningkat setiap bulannya.

Lingkungan kerja yang berlandaskan nilai-nilai Islam dan penerapan etika kerja Islam semakin menjadi perhatian dalam dunia bisnis, khususnya di kalangan organisasi yang ingin mengintegrasikan prinsip-prinsip agama dalam aktivitas operasionalnya. Menurut Muntoha (2016), lingkungan kerja Islam dan etika kerja Islam tidak hanya fokus pada pencapaian produktivitas yang tinggi, tetapi juga menekankan aspek keadilan, tanggung jawab sosial, dan penghormatan terhadap nilai-nilai moral. Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, pentingnya penerapan prinsip Islam dalam konteks organisasi menjadi sangat relevan untuk meningkatkan keterikatan karyawan dan loyalitas pelanggan.

Etika kerja Islam di sisi lain, merupakan panduan nilai yang didasarkan pada Al-Quran dan Sunnah dalam menjalankan pekerjaan. Prinsip ini menekankan

pada kerja keras, kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial, sehingga diharapkan dapat mempengaruhi kualitas layanan dan produk yang dihasilkan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan etika kerja Islam tidak hanya berkontribusi pada kualitas hidup kerja dan mengurangi niat karyawan untuk keluar dari organisasi, tetapi juga meningkatkan kualitas hubungan dengan pelanggan. Dalam konteks ini, penerapan etika kerja Islam pada organisasi dapat membantu meningkatkan niat membeli ulang (*Repurchase Intention*) dari pelanggan melalui penciptaan lingkungan kerja yang etis dan memupuk kepercayaan pelanggan (Dwita, 2022).

Penelitian menunjukkan bahwa bisnis syariah yang mematuhi etika Islam memiliki daya saing lebih tinggi melalui integritas layanan, kepercayaan konsumen, dan keterlibatan sosial, yang berkontribusi pada ketahanan bisnis dalam persaingan pasar yang ketat (Muhtada, 2021). Jika melihat pasar ritel di Indonesia, perusahaan berbasis Islam harus mempertimbangkan bagaimana mereka dapat bersaing dengan perusahaan ritel yang sudah ada dan memiliki cabang di hampir setiap kota. Secara teoritis Mulyani, (2021) berpendapat bisnis ritel syariah sudah selangkah berada di depan karena mereka memiliki pelanggan potensial yang besar yang beragama Islam. Pebisnis ritel syariah harus menemukan cara untuk menarik pelanggan baru.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, Toserba Sunan Drajat menarik untuk di kaji. Peneliti tertarik untuk mengetahui atau mempelajari seberapa besar pengaruh Lingkungan Kerja Islam dan Etika Kerja Islam yang ditanamkan oleh Toserba Sunan Drajat dalam mempengaruhi Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) para konsumen. Oleh karena itu, penulis mengambil judul tentang “PENGARUH LINGKUNGAN KERJA ISLAM DAN ETIKA KERJA ISLAM TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG (*REPURCHASE INTENTION*) PADA TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah di uraikan diatas, dapat dirumuskan masalah-masalah penelitian, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh Lingkungan Kerja Islam terhadap Minat Membeli Ulang (*Repurchase intention*) Toserba Sunan Drajat Lamongan?
2. Apakah ada pengaruh Etika Kerja Islam terhadap Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) Toserba Sunan Drajat Lamongan?
3. Apakah ada pengaruh Lingkungan Kerja Islam dan Etika Kerja Islam terhadap Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) Toserba Sunan Drajat Lamongan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas, dapat disimpulkan tujuan-tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Lingkungan Kerja Islam Terhadap Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) Toserba Sunan Drajat Lamongan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) Toserba Sunan Drajat Lamongan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Lingkungan Kerja Islam Dan Etika Kerja Islam Terhadap Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) Toserba Sunan Drajat Lamongan

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah literatur ilmiah mengenai peran lingkungan kerja dan etika kerja Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga bisa digunakan sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa dan masyarakat umum

tentang bagaimana prinsip-prinsip etika dan lingkungan kerja yang Islami dapat mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya minat membeli ulang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu digunakan untuk evaluasi dan perkembangan bagi perusahaan-perusahaan lain yang menerapkan prinsip-prinsip islam dalam manajemen operasional mereka. Dengan memahami bahwa lingkungan kerja dan etika kerja yang Islami dapat meningkatkan minat beli ulang, perusahaan dapat fokus pada peningkatan kualitas layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini juga bisa digunakan sebagai bahan masukan Toserba Sunan Drajat mengenai Implementasi lingkungan kerja yang Islami dan penerapan etika kerja dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat citra perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Lingkungan Kerja Islam

A. Pengertian Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja menurut Sari (2017) merupakan wahana yang ada di dalam organisasi, baik virtual, fisik, atau sosial, yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan dan perusahaan secara keseluruhan. Yuyati (2017) mengatakan lingkungan kerja adalah semua keadaan tempat kerja dapat mempengaruhi pegawai atau karyawan baik secara langsung atau tidak langsung. Lingkungan kerja Islami juga dapat diartikan sebagai sikap, norma, dan perasaan yang lazim dimiliki oleh para karyawan sehubungan dengan organisasi mereka. Ahyari (2004) juga mengatakan bahwa lingkungan kerja mencakup semua hal yang terkait dengan pekerjaan dan dapat mempengaruhi bagaimana karyawan melakukan tugasnya. Ini termasuk kondisi kerja, pelayanan karyawan, dan hubungan mereka dengan perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan menurut Pramudya (2010) segala sesuatu yang ada disekitar yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugasnya merupakan lingkungan kerja.

Penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa, yang dimaksud dengan lingkungan kerja merupakan segala sesuatu di sekitar pekerjaan baik fisik maupun nonfisik yang dapat mempengaruhi bagaimana seorang karyawan melakukan pekerjaannya. Hal-hal seperti pelayanan karyawan, kondisi kerja, hubungan antara karyawan dalam perusahaan yang bersangkutan, dan hubungan antara karyawan dengan konsumen. Sangat penting untuk diperhatikan bahwa lingkungan kerja dalam suatu perusahaan berpengaruh terhadap roda kegiatan perusahaan. Lingkungan kerja

yang baik akan membuat karyawan merasa nyaman dan aman dalam meningkatkan kinerja mereka, sementara lingkungan kerja yang tidak baik atau yang tidak kondusif akan menurunkan semangat dan kinerja karyawan. Untuk bekerja dengan baik, karyawan harus merasa nyaman dan aman ditempat kerja mereka sehingga konsumen juga akan merasa puas ketika dilayani dengan karyawan yang baik.

B. Pengertian Lingkungan Kerja Menurut Islam

Lingkungan kerja Islam merujuk pada suasana dan kondisi di tempat kerja yang dibangun berdasarkan prinsip-prinsip ajaran Islam. Lingkungan ini tidak hanya mencakup aspek fisik, tetapi juga aspek sosial, spiritual, dan etika yang mempengaruhi interaksi antar karyawan serta pengambilan keputusan dalam organisasi. Menurut Yuyati (2017) dalam mengatakan bahwa lingkungan kerja islam dapat diartikan sebagai sikap, norma, dan perasaan yang lazim dimiliki oleh para karyawan sehubungan dengan organisasi mereka.

Menurut Hasan (2009) menyatakan bahwa manajemen sumber daya insani yang tangguh terhadap lingkungan kerja islam dalam perusahaan, yaitu:

- 1) Menjadikan pekerja dan pengusaha yang tangguh dan jujur karena mereka yakin Allah SWT maha mengetahui dan maha melihat.
- 2) Berorientasi pada dunia akhirat, bukan hanya aspek keduniaan saja, tetapi juga aspek akhirat. Aspek akhirat membantu orang menjadi lebih ikhlas dalam bekerja, berperilaku, berpenampilan, dan berbicara.
- 3) menghindari hal-hal buruk seperti perasaan tidak puas dan selalu bersyukur.
- 4) Membantu pekerja mendapatkan kompensasi atau upah yang cukup.

Menurut Yuyati (2017) lingkungan kerja islami adalah kondisi kerja yang saling melengkapi dan memberikan rasa budaya Islami, karena perusahaan itu sendiri berlandaskan Islam. Perusahaan yang berbasis syariah berdoa kepada Allah SWT memohon petunjuk dan keringanan dalam menjalankan tugas sebagai khalifah (pemimpin) yang menerapkan unsur syariat Islam. Hasan (2009) juga menjelaskan lingkungan kerja islami adalah tempat dimana manusia hidup bersama untuk saling mengisi dan melengkapi satu sama lain dalam peran mereka masing-masing, sambil menjaga alam dan makhluk ciptaan Allah lain sebagai khalifah yang harus menggunakan syariat islam dalam segala aktivitasnya agar dapat tercapainya kebahagiaan di dunia maupun akhirat.

Menurut Quraish Shihab (2002) menafsirkan tentang lingkungan kerja islam sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Taubah ayat 105 yang berbunyi:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: *"Katakanlah (Nabi Muhammad), "Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan."*

Dapat disimpulkan, Ayat ini menegaskan nilai fundamental dalam etos kerja Islam, yaitu bahwa setiap aktivitas kerja memiliki dimensi spiritual dan moral karena selalu berada dalam pengawasan Allah SWT. Menurut Quraish Shihab (2002), ayat ini merupakan dorongan agar umat Islam bekerja dengan sungguh-sungguh, jujur, dan bertanggung jawab, sebab setiap pekerjaan akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah.

Dalam konteks psikologi kerja, lingkungan kerja islam sejalan dengan teori Motivasi Higiene (*Two-Factor Theory*) yang

dikemukakan oleh Frederick Herzberg (1966) dan teori Hierarki Kebutuhan (*Hierarchy of Needs*) dari Abraham Maslow (1954). Kedua teori ini menekankan bahwa lingkungan kerja yang baik tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga kebutuhan psikologis dan spiritual individu.

Menurut Herzberg, kepuasan kerja ditentukan oleh dua faktor yaitu faktor *hygiene* seperti kebersihan, kenyamanan, dan hubungan antar rekan kerja; dan faktor *motivator* seperti makna kerja, tanggung jawab, dan penghargaan atas prestasi. Dalam perspektif Islam, Lingkungan Kerja Islam mencakup kedua faktor ini. Lingkungan fisik yang bersih dan tertib (*thaharah*) menjadi bagian dari *hygiene*, sementara nilai-nilai seperti amanah, ihsan, dan ukhuwah menjadi faktor *motivator* yang menumbuhkan semangat kerja dan loyalitas.

Sementara itu, teori Abraham Maslow menjelaskan bahwa individu akan termotivasi jika kebutuhan dasarnya terpenuhi hingga mencapai puncak kebutuhan aktualisasi diri. Lingkungan kerja Islami berperan memenuhi semua tingkat kebutuhan tersebut — mulai dari keamanan dan kenyamanan kerja, hingga pencapaian makna spiritual dalam bekerja. Ketika karyawan merasa pekerjaannya bernilai ibadah dan diawasi oleh Allah (QS. At-Taubah:105), maka mereka mencapai bentuk aktualisasi diri spiritual, yaitu bekerja dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Dengan demikian, Lingkungan Kerja Islam dapat dipahami sebagai bentuk penerapan psikologi kerja yang holistik menggabungkan aspek fisik, emosional, sosial, dan spiritual. Konsep ini tidak hanya mendukung kesejahteraan karyawan secara lahiriah, tetapi juga membentuk motivasi batin (*intrinsic motivation*) untuk bekerja dengan ihsan, sebagaimana dijelaskan Herzberg dan Maslow.

C. Aspek Lingkungan Kerja Islam

Menurut Yuyati (2017) aspek yang mempengaruhi lingkungan kerja islami antara lain secara eksternal dan internal sebagai berikut:

1) Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah segala sesuatu yang berupa benda hidup atau mati, keadaan sosial, ekonomi, teknologi maupun budaya yang dapat berpengaruh terhadap perusahaan, diantara indikatornya adalah:

- a) Ruang energi dari siklus cuaca udara maupun penerangan cahaya
- b) Keadaan sosial merupakan lingkungan sosial yang berupa kultur adat istiadat kepercayaan, sikap, agama, standar dan gaya hidup di lingkungan pekerjaan, kehidupan masyarakat.
- c) Budaya yang merujuk kepada karakteristik demografi serta perilaku, etika, dan norma-norma islam dari penduduk dalam suatu masyarakat tertentu.
- d) Teknologi sebagai sarana informasi cara penggunaan dari sumber-sumber sosial dari lingkungan untuk memenuhi kebutuhan dalam suatu masyarakat.

2) Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan proses fisiologis dan biokimia yang berlangsung dalam tubuh manusia pada saat tertentu. Lingkungan internal yang indikatornya meliputi siapa saja yang berada di dalam organisasi, sumber daya manusia, kebijakan yang dibuat dalam organisasi, aspek kepemimpinan dalam organisasi, ketersediaan sarana dan prasarana, serta budaya organisasi.

Ada 3 indikator dalam lingkungan internal, yaitu:

a. Keteladanan

Keteladanan ditunjukkan oleh pemimpin dengan tampilan fisik yang meliputi, penempatan dan bentuk, serta membangun sikap yang baik dan dapat memberikan dampak yang baik pula

terhadap karyawan dan perusahaan. Seorang pemimpin merupakan wakil dan cermin khalifah untuk itu terdapat persyaratan yang harus di penuhi seorang pemimpin, memperhatikan kondisi, mengawasi, menjadi pemimpin yang adil.

b. Kondisi organisasi

Kondisi organisasi lingkungan kerja Islami adalah pertimbangan-pertimbangan rasional dalam lingkungan kerja yang di timbulkan dalam pengorganisasian baik secara emosi maupun bawah standar dan kemudian berpengaruh pada tingkat pekerja. Untuk pencapaian tujuan organisasi yang baik, maka perlu diperhatikan dari titik yang paling awal dimana seorang karyawan harus secara profesional dan penempatannya harus sesuai kompetensi yang dimiliki calon karyawan tersebut.

c. Sarana prasarana

Menciptakan sarana dan prasarana perusahaan dengan lengkap dan memadai sesuai yang di butuhkan karyawan agar karyawan dapat bekerja dengan tenang dan nyaman.

D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lingkungan Kerja Islam

Menurut Sulistyowati dalam Muhtada (2022) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi lingkungan kerja islami dalam aspek etika, ekonomi, sosial, diantaranya:

1) Etika Islam

Dalam lingkungan masyarakat, dibuat untuk mengatur dan mengontrol lingkungan kehidupan masyarakat. Sistem hukum memiliki karakteristik dan ruang lingkup tertentu sebagai sistem yang didirikan untuk melindungi hak individu dan masyarakat secara keseluruhan dimanapun mereka berada. Selain itu ada perbedaan antara etika pemeliharaan dan etika pelestarian.

2) Secara Hukum

Islam memiliki ajaran yang universal, yang berarti bahwa ajarannya mencakup semua orang di seluruh dunia, dan juga memiliki hukumnya sendiri untuk mengatur dan melindungi lingkungan. Seperti tanggung jawab yang terkait dengan manusia untuk menjaga ketertiban masyarakat (mu'amalah) dan tanggung jawab yang terkait dengan Allah dalam hal ibadah.

3) Keragaman Sosial

Dalam islam, komponen sosial dan budaya mengacu pada karakteristik demografi dan dapat terdiri dari perilaku, sikap, dan norma umum dari lingkungan penduduk dalam masyarakat tertentu. Pertama, perubahan karakteristik demografi seperti peningkatan atau penurunan jumlah penduduk dengan keterampilan tertentu, mempengaruhi cara menjalankan usahanya. Kedua, perusahaan sosial dan budaya dalam perilaku dan norma juga mempengaruhi.

4) Teknologi

Dengan pertumbuhan industri, kebutuhan akan sumber daya alam yang langka meningkat. Indikator teknologi saat ini termasuk populasi udara, polusi air, kerusakan sumber alam, dan kebisingan. Teknologi lingkungan islam mencakup berbagai jenis, termasuk teknologi atau informasi, yang menjelaskan bagaimana penggunaan sumber sosial dilingkungan saat ini sangat cepat dan mudah berkembang. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan kondisi fisik, mental, dan lingkungan kerja secara keseluruhan agar karyawan merasa nyaman dan lebih produktif di tempat kerja mereka.

E. Nilai-Nilai Lingkungan Kerja Islam

Menurut Hafidhuddin dan Tanjung (2003) menyatakan bahwa sebuah organisasi akan sehat jika dikembangkan dengan nilai-nilai

yang sehat yang bersumber dari agama. Nilai-nilai dalam lingkungan kerja islam, yaitu:

1) Nilai Keikhlasan

Keikhlasan penting dalam hal ini, berarti melakukan tugas dengan maksimal atau yang terbaik dengan niat yang bersih. Orang yang ikhlas adalah mereka yang melakukan pekerjaan mereka dengan maksimal, tidak peduli berapa banyak uang yang mereka terima dari organisasi itu. Seorang pegawai harus berusaha sebaik mungkin jika disepakati sejak awal bahwa mereka akan dibayar dengan jumlah tertentu. Dengan kata lain, karyawan melakukan upaya terbaiknya untuk menyelesaikan tugasnya. Ikhlas terkait dengan kejujuran dan mujahadah. Seorang pegawai akan merasa lebih nyaman bekerja jika dia tahu bahwa gajinya kecil karena sesuatu yang dikerjakan dengan ikhlas.

2) Nilai Kebersamaan

Organisasi akan menjadi merepotkan jika tidak ada rasa kebersamaan atau kerja sama. Meskipun berkumpul, hakikatnya sama saja jika tidak ada nilai kebersamaan. Tanpa nilai kebersamaan menurut prinsip orang akan berpikir “yang penting melaksanakan tugas sendiri, tidak peduli dengan tugas orang lain”.

3) Nilai Pengorbanan

Pengorbanan sangat penting dalam sebuah organisasi. Jika seseorang hanya bergantung hanya bergantung pada kebanggaan pribadi, sebuah organisasi tidak akan berkembang dengan baik. Jika seorang pemimpin organisasi menetapkan target seperti mencapai dua miliar dolar pada tahun ini, ia tidak akan melihat bagaimana bawahannya mencapainya. Terakhir, bahkan jika target itu tidak tercapai, masih akan ada banyak korban. Misalnya, jika sebuah perusahaan menargetkan penghasilan sekian miliar

tetapi tidak memperhatikan kondisi karyawannya hal ini sering terjadi. Manajer harus berani mengorbankan sesuatu untuk organisasi mereka, bukan untuk mengambil keuntungan dari kebodohan karyawan (Hafidhuddin dan Tanjung, 2003)

F. Prinsip-Prinsip Lingkungan Kerja Islam

Menurut Sumantri (2010) dua pilar utama biosentrisme dan ekosentrisme membentuk prinsip lingkungan kerja islami. Pertama, komunitas moral mencakup komunitas ekologis secara keseluruhan dan bukan hanya komunitas sosial. Kedua, hakikat manusia bukan hanya makhluk sosial tetapi juga makhluk ekologis dan religius. Kedua unsur pokok ini mewarnai prinsip lingkungan kerja islam, diantaranya:

1) Muhasabah (Evaluasi Diri)

Salah satu prinsip dasar bagi manusia sebagai bagian dari lingkungan adalah melakukan evaluasi terhadap pengelolaan lingkungan. Ini berarti bahwa manusia harus menghargai hak semua makhluk hidup untuk hidup, tumbuh, dan berkembang secara alamiah sesuai dengan tujuan penciptaanya. Orang orang harus bersyukur kepada AllahSWT dengan merawat, menjaga, melindungi, dan melestarikan lingkungan kerjasecara keseluruhan, karena ini merupakan contoh nyata pengelolaan lingkungan kerja.

2) Murraqobah (Kedekatan Pada Pencipta Alam)

Terkait dengan prinsip muhasabah lingkungan, yang berarti tanggung jawab moral dan tanggung jawab terhadap lingkungan kerja.

3) Muahaddah (Kesatuan)

Manusia merupakan bagian penting dari alam semesta untuk mendorong prinsip muahaddah dalam manusia. Hal ini

menimbulkan perasaan sepenanggungan dalam diri manusia dan dengan alam semesta dan makhluk hidup lainnya.

4) Muaqobah

Prinsip Muaqobah menekankan nilai, kualitas, dan cara hidup yang baik, bukan kekayaan, sarana standar material saja yang dicari melainkan dengan hidup penuh mulia dan sederhana. Dengan kata lain, hidup mulia dengan penuh kesederhanaan dapat diwujudkan secara optimal dengan melakukan tindakan merawat, melindungi, menjaga, dan melestarikan lingkungan (Sumantri, 2010).

2.1.2 Etika Kerja Islam

A. Pengertian Etika Kerja

Etika berasal dari kata Yunani yaitu “ethos” yang berarti kebiasaan. Selain itu, istilah Latin “mores” dari kata bahasa Inggris “morals” juga mengartikan kebiasaan. Dalam bahasa Arab, konsep ini disebut “akhlak” yang berasal dari kata jamak “mufrodāt” yang mengandung arti adab. Kedua gagasan ini sering digunakan untuk merujuk pada tindakan, sikap, atau perilaku manusia yang dianggap baik atau buruk (Ali Hasan, 2009).

Etika adalah disiplin yang mempelajari prinsip moral, menurut kamus besar Bahasa Indonesia. Menurut Verkyuil dalam Nur Kholis (2004) “etos” berarti “kesopanan, perasaan batin, atau kecenderungan seseorang untuk berbuat baik”. Menurut James J. Spillane, SJ, etika adalah memperhatikan atau mempertimbangkan perilaku manusia ketika sampai pada kesimpulan moral. Etika mengarah dan menghubungkan penggunaan pikiran dengan suatu objek untuk menentukan apakah perilaku seseorang terhadap orang lain dapat diterima atau buruk. Menurut Hafidhuddin & Tanjung (2003) menyatakan etika kerja merupakan totalitas kepribadian diri dan cara mengekspresikan, memandang, meyakini, dan memberikan

makna tentang sesuatu pekerjaan yang mendorong dirinya untuk bertindak dan meraih amal yang optimal.

B. Pengertian Etika Kerja Islam

Menurut Pandangan Islam, Yousep mengatakan bahwa etika kerja islam berasal dari Al-Qur'an dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Dan pengertiannya adalah bagaimana setiap orang berhubungan dengan kholiqnya saat melakukan pekerjaan (Haeruddin, 2016). Menurut Asifudin (2004) Akidah atau keyakinan dalam islam yang berkaitan dengan pekerjaan, dimanifestasikan dalam etika kerja. Aqidah terdiri dari kombinasi ajaran wahyu dan akal, yang berfungsi untuk membangun paradigma etika kerja islami.

Etika kerja islam terdiri dari sistem nilai dan prinsip yang berasal dari Al-Qur'an dan Sunnah yang berkaitan dengan kerja keras dan produktivitas. Dalam islam, kerja memiliki nilai-nilai yang tinggi dan luhur. Nilai-nilai ini berfungsi sebagai landasan segala kebesaran dan jalan menuju kesuksesan. Seseorang dapat menjalani kehidupan yang baik dan memanfaatkan waktu untuk memperoleh kekayaan, dan Allah SWT. membenci hamba yang malas. Islam merupakan ajaran yang mendorong umatnya untuk memiliki semangat dalam bekerja dan beramal serta menjauhkan diri dari rasa malas (Hafidhuddin & Tanjung, 2003)

Etika adalah karangka hukum dan moralitas yang mencakup semua aspek kehidupan manusia. Bagi umat islam etika berfungsi sebagai standar untuk membedakan mana yang benar (haq) dan mana yang buruk (batil) berdasarkan sifat keadilannya. Syariah bukan hanya membawa orang dekat dengan tuhan, tetapi juga membantu membangun masyarakat yang adil di mana setiap orang dapat mencapai potensi terbaiknya dan kesejahteraan diberikan kepada semua orang (Fitria, 2003)

Menurut Quraish Shihab (2002) menafsirkan tentang etika kerja islam dalam Tafsir Al-Misbah sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ
النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “*Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.*”

Ayat ini menjadi landasan utama dalam membangun konsep Etika Kerja Islam, karena menegaskan prinsip kejujuran, keadilan, dan larangan mengambil hak orang lain secara tidak sah. Menurut Tafsir Al-Mishbah (Quraish Shihab, 2002), ayat ini melarang segala bentuk praktik ekonomi dan aktivitas kerja yang tidak berdasarkan kejujuran, termasuk penipuan, korupsi, manipulasi, dan penyalahgunaan kekuasaan. Dalam konteks dunia kerja, ayat ini menuntut setiap pekerja maupun pengusaha untuk menjauhi perbuatan batil seperti kecurangan dalam laporan, penyalahgunaan jabatan, atau ketidakadilan dalam pembagian upah.

Secara teoritis, ayat ini menggambarkan kerangka moral kerja Islami yang berorientasi pada *amanah* (kejujuran) dan *adl* (keadilan). Dalam pandangan Islam, bekerja bukan sekadar mencari nafkah, tetapi merupakan amanah dari Allah SWT yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab moral dan sosial. Menurut Hafidhuddin dan Tanjung (2003), prinsip kejujuran dalam bekerja merupakan manifestasi dari akhlak Islami yang melindungi keadilan dan keberkahan dalam usaha. Maka, ayat ini menegaskan bahwa etika kerja Islami harus berlandaskan pada integritas yaitu bekerja secara benar, adil, dan menjauhkan diri dari segala bentuk kecurangan yang merugikan orang lain.

Ayat ini juga memiliki relevansi psikologis dengan teori moral development (perkembangan moral) dari Lawrence Kohlberg (1981), yang menjelaskan bahwa moralitas tertinggi adalah moralitas berbasis prinsip universal seperti keadilan, tanggung jawab, dan kesadaran diri. Etika kerja Islam melalui QS. Al-Baqarah:188 menempatkan pekerja pada tingkat moral tertinggi, di mana tindakan baik dilakukan bukan karena aturan atau hukuman, melainkan karena kesadaran spiritual dan rasa takut kepada Allah (taqwa). Dengan demikian, ayat ini bukan hanya pedoman hukum, tetapi juga landasan psikologis dan spiritual bagi terbentuknya perilaku kerja yang beretika, jujur, dan berorientasi pada keberkahan.

C. Aspek Etika Kerja Islam

Berikut adalah beberapa aspek etika kerja islam yang dikemukakan oleh Hafidhuddin & Tanjung (2003):

1) As-Shalah (Baik Dan Bermanfaat)

As-Shalah merujuk pada tindakan yang baik dan bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Dalam konteks kerja, hal ini berarti bahwa setiap pekerjaan yang dilakukan harus memberikan manfaat tidak hanya bagi individu tetapi juga bagi masyarakat luas. Seorang muslim diharapkan untuk selalu berusaha melakukan pekerjaan yang positif dan produktif, serta menjauhi tindakan yang merugikan (Muntoha, 2016). Islam mendorong setiap muslim untuk melakukan pekerjaan yang tidak hanya halal, tetapi juga membawa kebaikan dan manfaat bagi sesama. Pekerjaan yang shalih (baik dan bermanfaat) berarti memberikan dampak positif bagi orang lain dan tidak menimbulkan mudharat (kerugian).

2) Al-Itqan (Kemantapan)

Al-Itqan berarti melakukan pekerjaan dengan kesungguhan dan kemantapan. Konsep ini mencakup kualitas kerja yang tinggi,

dimana setiap tugas dilaksanakan dengan penuh perhatian, hati-hati, dan tidak asal-asalan. Dalam ajaran islam, Allah SWT menyukai hambanya yang bekerja dengan itqan, yaitu mencapai standar ideal dalam setiap pekerjaan yang dilakukan (Muntoha, 2016). Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila bekerja, ia menyempurnakan pekerjaannya”. (H.R. Thabrani). Al-Itqan mencerminkan komitmen untuk memberikan hasil terbaik dengan pengetahuan dan keterampilan yang optimal.

3) Al-Ihsan (Melakukan Yang Terbaik)

Al-Ihsan berarti berusaha untuk melakukan segala sesuatu dengan sebaik-baiknya. Ini mencakup upaya untuk mencapai hasil optimal dalam setiap tindakan, baik dalam pekerjaan maupun ibadah. Dalam konteks kerja, ihsan mengajak setiap individu untuk memiliki komitmen terhadap kualitas dan hasil dari apa yang dikerjakan, serta berusaha lebih baik dari sebelumnya (Muntoha, 2016).

4) Al-Mujahhadah (Bekerja Keras)

Menurut Muntoha & Srifariyati (2016) Al-Mujahhadah mengacu pada usaha keras dan ketekunan dalam menjalankan tugas. Dalam etika kerja islam, bekerja keras dianggap sebagai bentuk ibadah dan merupakan manifestasi dari komitmen seorang muslim untuk memenuhi tanggung jawabnya. Ini menunjukkan bahwa seorang muslim harus siap menghadapi tantangan dan berjuang untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

5) Mencermati Nilai Nikmat (Waktu)

Dalam etika kerja islam, waktu dianggap sebagai nikmat yang sangat berharga. Mencermati nilai nikmat waktu berarti memanfaatkan setiap momen dengan bijaksana untuk mencapai tujuan hidup. Kedisiplinan dalam mengelola waktu menjadi salah satu ciri penting dari etika kerja seorang muslim, dimana setiap

aktivitas harus dilakukan dengan efisien dan produktif (Muntoha, 2016). Allah SWT mengingatkan pentingnya waktu dalam Al-Qur'an Surah Al-'Asr yang artinya: *“Demi masa. Sesungguhnya manusia benar-benar berada dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh serta saling menasehati untuk kebenaran dan kesabaran.”* (Q.S. Al-'Asr: 1-3) memanfaatkan waktu dengan baik berarti disiplin, produktif, dan tidak menunda pekerjaan.

Menurut Hafidhuddin & Tanjung (2003) As-Shalah, Al-Itqan, Al-Ihsan, Al-Mujahhadah, dan Mencermati Nilai dijadikan sebagai dasar Etika Kerja Islam karena kelima nilai tersebut dianggap mampu menggambarkan secara utuh perilaku kerja Islami yang produktif sekaligus spiritual. Hafidhuddin & Tanjung menekankan bahwa etika kerja Islam bukan hanya menyangkut moralitas pribadi seperti kejujuran (shidq), amanah, atau keadilan ('adl), tetapi lebih pada bagaimana nilai-nilai Islam terimplementasi secara nyata melalui sikap dan perilaku kerja islami dalam praktik manajerial dan organisasi. Dengan kata lain, nilai seperti amanah dan jujur merupakan landasan moral yang bersifat universal, sedangkan As-Shalah, Al-Itqan, Al-Ihsan, Al-Mujahhadah, dan Mencermati Nilai adalah bentuk konkret dari penerapan moralitas tersebut dalam konteks profesionalitas dan produktivitas kerja Islami.

Hafidhuddin & Tanjung (2003) mengembangkan konsep ini untuk mengintegrasikan antara dimensi spiritualitas (niat ibadah) dan profesionalitas (kualitas kinerja). Mereka memilih lima nilai tersebut karena ingin menekankan dimensi perilaku kerja Islami yang produktif dan spiritual, bukan hanya karakter moral. Dengan lima aspek tersebut, etika kerja Islam menjadi tidak hanya bersifat normatif tetapi juga fungsional menciptakan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi.

2.1.3 Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

A. Pengertian Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Niat membeli ulang atau *Repurchashse Intention* berasal dari kata “niat”, yang berarti perasaan seseorang terhadap sebuah obyek tertentu. Niat beli ulang (*Repurcashe Intention*) adalah niat yang muncul setelah proses evaluasai alternatif. Evaluasi yang dimaksud adalah ketika seorang pelanggan membuat rencana untuk membeli produk berdasarkan merek dan minat mereka terhadap produk tersebut (Kotler, 2017). Menurut Ferdinand (2014) minat membeli ulang dapat diartikan tindakan yang terjadi berupa tanggapan kepada suatu objek yang menunjukkan kemauan pelanggan melakukan pembelian ulang, yang mana hal ini dilakukan karena adanya pengalaman terkait kualitas produk atau jasa. Perilaku konsumen yang menunjukkan komitmen yang diberikannya untuk melakukan pembelian disebut niat membeli ulang (*Repurchase Intention*). Dalam tahap dimana pelanggan memilih beberapa merek yang telah melewati penyaringan berdasarkan kriteria yang diinginkan seorang pelanggan (Fauzi & Levana, 2020).

Menurut Burhanudin (2006) dalam Ananda Putra (2018) pembelian benar-benar dilakukan, tahap kecenderungan responden untuk bertindak adalah menyatakan keinginan intuk membeli kembali. Terdapat perbedaan antara pembelian yang sebenarnya dan pembelian yang diinginkan. Jika pembelian benar-benar dilakukan oleh pembeli, maka niat untuk membeli lagi adalah niat untuk melakukannya pada kesempatan berikutnya. Meskipun pembelian mungkin tidak terjadi dimasa depan, pengukuran niat pembelian biasanya dilakukan untuk membuat prediksi yang paling akurat tentang pembelian sebenarnya.

Setelah pelanggan merasa puas dan cocok dengan produk yang diinginkan pada pembelian sebelumnya, mereka ingin kembali membeli produk yang sama (Ramadhani, 2022). Menurut Sumarwan

(2004) menunjukkan niat untuk kembali membeli (*Repurchase Intention*) pada tahap setelah konsumsi. Konsumen tidak akan berhenti selama proses pengambilan keputusan pembelian. Konsumen biasanya menilai tindakan mereka setelah mengonsumsi. Yang dikenal sebagai tahap pasca konsumsi. Pada tahap ini, mereka dapat berperilaku dengan dua cara memutuskan untuk melakukan pembelian lagi jika mereka merasa puas atau menolak untuk melakukannya karena mereka tidak puas.

Untuk mencapai niat beli, seseorang harus memiliki minat atau keinginan yang meyakinkan bahwa barang tersebut bermanfaat baginya dan memiliki keinginan untuk membeli atau membayar barang tersebut. Dengan demikian, niat membeli ulang tidak hanya bergantung pada kualitas produk atau layanan saja. Akan tetapi, dalam lingkungan kerja islami juga harus diterapkan oleh perusahaan nilai-nilai etis dan spiritual. Hal ini menciptakan kepercayaan dan loyalitas yang kuat dari pelanggan, yang merasa bahwa mereka mendukung bisnis yang sejalan dengan prinsip-prinsip islam.

B. Aspek Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Menurut Ferdinand (2014) aspek niat membeli ulang (*Repurchase Intention*), sebagai berikut:

1) Minat Transaksional

Yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang dikonsumsi.

2) Minat Referensial

Yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya.

3) Minat Prefensial

Yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

4) Minat Eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi.

C. Faktor-Faktor Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Menurut Kotler & Philip (2015) faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan pembelian ulang, yaitu:

1) Faktor Kultur

Pilihan seseorang untuk melakukan pembelian dapat dipengaruhi oleh kultur dan status sosial mereka. Persepsi, keinginan, dan tingkah laku konsumen dipelajari sejak kecil, sehingga masing-masing konsumen memiliki persepsi yang berbeda. Agama, nasionalitas, kelompok ras, dan lokasi geografis juga berpengaruh pada persepsi konsumen.

2) Faktor Psikologis

Meliputi pengalaman belanja individu tentang kejadian di masa lalu, serta pengaruh sikap dan keyakinan individu. Pengalaman belajar dapat didefinisikan sebagai perubahan perilaku dari pengalaman sebelumnya. Pengalaman belajar individu dan konsumen akan sangat memengaruhi tindakan dan pengambilan keputusan konsumen saat melakukan pembelian ulang.

3) Faktor Pribadi

Persepsi dan keputusan pembeli konsumen dipengaruhi oleh umur, pekerjaan, keadaan keuangan, dan gaya hidup mereka. Akibatnya, peran restoran sangat penting dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Faktor pribadi ini termasuk konsep diri. Konsep diri dapat didefinisikan sebagai bagaimana dan kapan kita melihat diri kita sendiri.

4) Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup faktor kelompok acuan (*small reference group*). Kelompok acuan didefinisikan sebagai suatu kelompok yang mempengaruhi sikap, pendapatan, norma dan perilaku konsumen.

D. Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) Dalam Islam

Minat membeli ulang (*Repurchase Intention*) dalam lingkungan islam dapat dipahami sebagai keinginan konsumen untuk membeli kembali produk atau layanan yang telah mereka gunakan sebelumnya, tetapi dengan perspektif yang lebih luas dan terkait dengan nilai-nilai islam. Dalam pandangan islam, pembicaraan tentang minat membeli ulang (*Repurchase Intention*) juga merupakan hal yang penting karena termasuk salah satu dari niat seorang konsumen. Islam menganjurkan dalam pembelian suatu barang yang akan dibeli bukan karena menuruti keinginan dan hawa nafsu, tetapi karena kebutuhan yang sah dan demi kesejahteraan.

Niat membeli ulang (*Repurchase Intention*) dalam islam mengacu pada keinginan atau kecenderungan pelanggan untuk membeli kembali produk atau layanan dari perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip kerja islami, nilai-nilai etika islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial harus dijunjung tinggi dan diterapkan secara konsisten dalam

operasional bisnis. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 5, yang berbunyi:

الْيَوْمَ أُحِلَّ لَكُمُ الطَّيِّبَاتُ وَطَعَامُ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حُلٌّ لَّكُمْ

Artinya: “Pada hari ini dihalalkan bagimu yang baik-baik. Makanan (sembelihan) orang-orang yang diberi Kitab itu halal bagimu, dan makanan kamu halal bagi mereka...” (Q.S. Al-Maidah: 100)

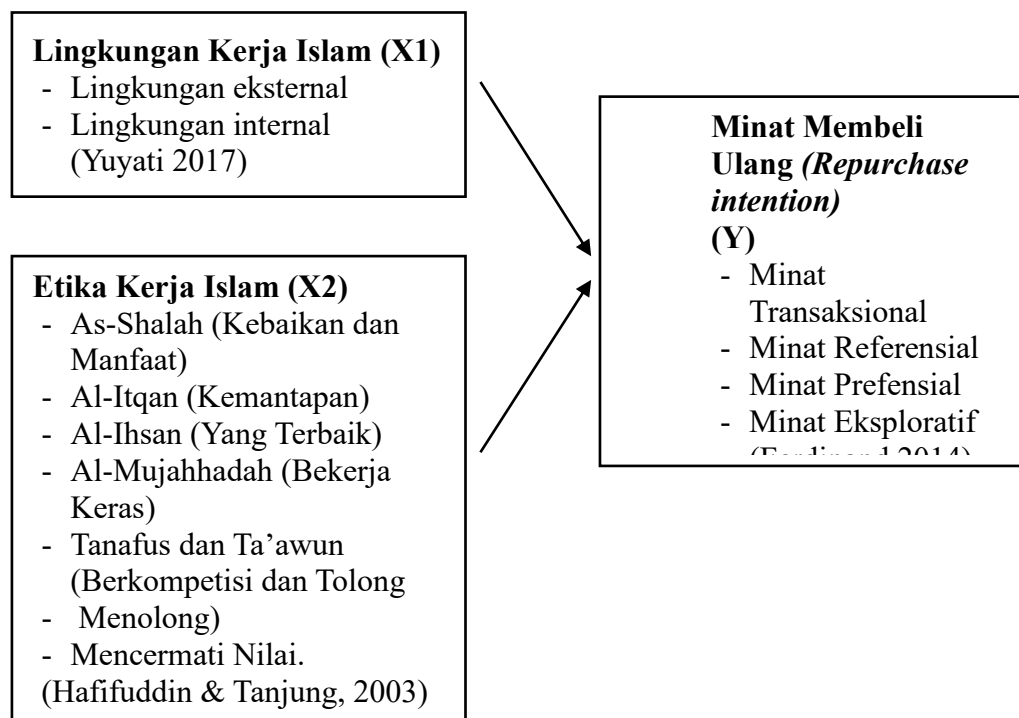
Ayat ini menegaskan prinsip halal, kebaikan (*tayyibāt*), dan kepercayaan dalam hubungan sosial-ekonomi, termasuk dalam kegiatan konsumsi. Menurut Tafsir Al-Mishbah (Quraish Shihab, 2002) ayat ini menunjukkan bahwa Islam mengajarkan transparansi, kejujuran, dan saling percaya dalam pertukaran ekonomi, bahkan dengan pihak luar (Ahlul Kitab). Dalam konteks perilaku konsumen, prinsip halal dan tayyib berfungsi membangun kepercayaan (*trust*) yaitu keyakinan bahwa produk dan layanan yang diterima bersih, berkualitas, dan sesuai syariat. Kepercayaan inilah yang menjadi fondasi utama munculnya minat membeli ulang (*repurchase intention*), karena konsumen akan cenderung loyal terhadap pihak yang dipercaya.

Secara psikologis, hubungan antara ayat ini dan perilaku membeli ulang sejalan dengan teori “Trust” dalam psikologi sosial dan pemasaran, seperti yang dijelaskan oleh Morgan & Hunt (1994) Teori ini menyatakan bahwa *trust* adalah keyakinan individu terhadap keandalan, integritas, dan niat baik pihak lain. Dalam konteks ritel Islami seperti Toserba Sunan Drajat, kehalalan produk dan kejujuran dalam transaksi menciptakan rasa aman dan kepuasan batin yang memperkuat kepercayaan konsumen. Ketika kepercayaan terbentuk, akan muncul *affective commitment* (ikatan emosional) yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang secara sukarela. Dengan demikian, ayat ini bukan hanya berbicara tentang hukum makanan halal, tetapi juga mencerminkan konsep

etika kepercayaan dalam ekonomi Islam, di mana hubungan bisnis dibangun atas dasar integritas dan tanggung jawab moral.

Dari perspektif teori psikologi, *trust* juga dipandang sebagai mediator penting dalam perilaku pasca pembelian (Gefen, 2000). Konsumen yang mempercayai penjual akan merasa yakin bahwa produk yang diterimanya memenuhi harapan, dan perasaan aman tersebut menciptakan *intention to repurchase*. QS. Al-Mā'idah:5 menanamkan prinsip ini dengan sangat jelas bahwa kehalalan, kebaikan, dan keterbukaan dalam transaksi adalah dasar terbentuknya kepercayaan yang berkelanjutan. Maka, dalam kerangka Etika dan Lingkungan Kerja Islam, *trust* yang lahir dari nilai kehalalan dan integritas adalah faktor psikologis utama yang menjelaskan mengapa konsumen memilih untuk kembali berbelanja di ritel Islami.

2.2 Karangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa lingkungan kerja eksternal seperti fasilitas ibadah, kebersihan, dan suasana Islami menumbuhkan kenyamanan konsumen sehingga mendorong Minat Transaksional (berbelanja kembali) dan Preferensial (menjadikan toko pilihan utama). Sementara itu, lingkungan kerja internal berupa hubungan harmonis, disiplin, dan kepedulian Islami mencerminkan profesionalitas pelayanan yang memperkuat Minat Referensial (merekomendasikan) dan Eksploratif (mencoba produk lain).

Etika kerja Islam juga memperkuat loyalitas konsumen. As-Shalah dan Al-Itqan meningkatkan kepercayaan sehingga mendorong Minat Transaksional. Al-Ihsan dan Al-Mujahhadah menciptakan kepuasan emosional yang memperkuat Minat Preferensial dan Referensial. Sementara Nilai Mencermati Nilai memperkuat kepercayaan spiritual, membuat konsumen konsisten membeli ulang. Mempertahankan loyalitas pelanggan lebih sulit dibandingkan dengan memperoleh pelanggan baru. Oleh karena itu, pemilik toko perlu menciptakan kesan yang mendalam dan menyediakan pengalaman yang menyenangkan bagi setiap pelanggan yang datang.

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan (Sugiyono, 2013). Mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas maka penelitian akan mengajukan hipotesis seperti berikut:

Ha1: Terdapat pengaruh positif (X1) Lingkungan Kerja Islam terhadap Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

H01: Tidak terdapat pengaruh (X1) Lingkungan Kerja Islam yang signifikan terhadap (Y) Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Ha2: Terdapat pengaruh positif (X2) Etika Kerja Islam terhadap (Y) Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

H02: Tidak terdapat pengaruh (X2) Etika Kerja Islam yang signifikan terhadap (Y) Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Ha3: Terdapat pengaruh positif (X1) Lingkungan Kerja Islam dan (X2) Etika Kerja Islam terhadap (Y) Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

H03: Tidak terdapat pengaruh (X1) Lingkungan Kerja Islam dan (X2) Etika Kerja Islam yang signifikan terhadap (Y) Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram, 2008). Metode penelitian memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi prosedur dan langkah-langkah yang harus ditempuh, waktu penelitian, sumber data, dan dengan langkah apa data-data tersebut diperoleh dan selanjutnya diolah dan dianalisis.

Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Jadi, metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, atau dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu.

3.2 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel adalah karakteristik atau atribut seorang individu atau suatu organisasi yang dapat diukur atau diobservasi. Variabel biasanya bervariasi dalam dua atau lebih kategori (Creswell, 2010)

- 1) Variabel bebas (*Independent Variable*) atau variabel X adalah variabel yang mungkin menyebabkan, mempengaruhi, atau berefek pada *outcome* (Creswell, 2010)
- 2) Variabel terikat (*Dependent Variable*) atau variabel Y adalah variabel (akibat) bergantung pada variabel-variabel bebas. Variabel-variabel terikat ini merupakan *outcome* atau hasil dari variabel-variabel bebas (Creswell, 2010).

Adapun variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel Bebas (X1) : Lingkungan Kerja Islam

Variabel Bebas (X2) : Etika Kerja Islam

Variabel terikat (Y) : Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2013). Adapun definisi operasional dari variabel-variabel pada penelitian ini yaitu:

- 1) Lingkungan Kerja Islam

Lingkungan Kerja Islam mengacu pada penilaian yang diberikan konsumen terhadap suasana atau kondisi yang ada di dalam toko yang memengaruhi pengalaman berbelanja mereka. Faktor-faktor yang berpengaruh pada lingkungan kerja islam ini yaitu kondisi tempat berbelanja yang mencerminkan nilai-nilai Islami yang menerapkan suasana religius seperti desain toko dan penampilan karyawan yang serba hijau dan putih, pemutaran pengeras ruangan seperti lantunan Asmaul Husna, murotal Al-Qur'an, dan sholawat yang bernuansa islami, penyediaan fasilitas ibadah seperti musholla, kebersihan dan kerapian toko, serta hubungan kerja yang harmonis antar karyawan dan konsumen. Lingkungan kerja seperti ini menciptakan kenyamanan spiritual dan emosional bagi konsumen, sehingga memperkuat citra religius dan meningkatkan

kepercayaan pelanggan terhadap toko. Ada dua aspek lingkungan kerja islam menurut Yuyati (2017) yang dijadikan acuan dalam penelitian ini yaitu lingkungan eksternal dan lingkungan internal.

2) Etika Kerja Islam

Etika Kerja Islam dalam penelitian ini merujuk pada sikap dan perilaku kerja karyawan Toserba Sunan Drajat yang berlandaskan pada nilai-nilai ajaran Islam. Etika ini tercermin dari keramahan, disiplin waktu, kejujuran dalam transaksi, kesopanan dalam berinteraksi dengan pelanggan, serta komitmen menjaga kehalalan dan keadilan dalam pelayanan. Dengan demikian, etika kerja Islami bukan hanya pedoman moral bagi karyawan, tetapi juga menjadi strategi pelayanan yang membangun kepercayaan konsumen terhadap nilai dan identitas Islami perusahaan. Menurut Hafifuddin & Tanjung (2003) menjelaskan bahwa ada lima aspek etika kerja islam yang dapat dipakai untuk mengukur etika kerja islam, meliputi; As-Shalah (Kebaikan dan Manfaat), Al-Itqan (Kemantapan), Al-Ihsan (Yang Terbaik), Al-Mujahhadah (Bekerja Keras), Mencermati Nilai Nikmat (waktu).

3) Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) dalam konteks penelitian ini adalah kecenderungan atau niat konsumen Toserba Sunan Drajat Lamongan untuk kembali melakukan pembelian setelah pengalaman berbelanja sebelumnya. Konsumen yang dimaksud adalah masyarakat umum, terutama pelanggan yang telah merasakan pengalaman belanja di Toserba Sunan Drajat. Minat membeli ulang ini mencakup empat aspek menurut Ferdinand (2014), yaitu *minat transaksional* (berniat membeli kembali), *minat preferensial* (menjadikan toko sebagai pilihan utama), *minat referensial* (merekomendasikan kepada orang lain), dan *minat eksploratif* (mencoba produk lain). Dalam penelitian ini, minat membeli ulang muncul sebagai hasil dari kenyamanan spiritual yang diciptakan oleh lingkungan kerja Islami dan kepercayaan yang tumbuh melalui penerapan etika kerja Islami oleh karyawan.

3.4 Populasi Dan Sampel

1) Populasi

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada keseluruhan individu atau objek yang menjadi fokus utama dari kajian (Arikunto, 2002: 108). Sementara itu, subyek penelitian adalah individu atau kelompok yang dijadikan objek yang diteliti, atau unit yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian (Faisal, 2005: 109). Susilo (dalam Kamus, 2002: 96) menjelaskan bahwa populasi mencakup seluruh anggota kelompok orang, peristiwa, atau objek yang telah ditentukan dengan jelas. Populasi adalah kumpulan elemen lengkap yang terdiri dari individu, objek transaksi, atau kejadian yang menjadi objek studi (Kuncoro, 2002: 43). Penelitian ini memiliki populasi yaitu pengunjung Toserba Sunan Drajat Lamongan.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk menjadi subyek penelitian dan diharapkan bisa mewakili populasi secara keseluruhan. Sampel dipilih berdasarkan kesamaan karakteristik dengan populasi sehingga dapat dianggap sebagai representasi dari populasi tersebut. Oleh karena itu, sampel adalah bagian kecil yang dipilih untuk menggambarkan keseluruhan populasi.

Penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling (non-probability sampling) dalam pengambilan sampel, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti (Winarsunu, 2009). Teknik non-probability sampling adalah metode pengambilan sampel di mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2008). Pada teknik purposive sampling, subyek dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan populasi yang telah ditentukan sebelumnya (Azwar, 2004: 46). Kriteria pemilihan subyek dalam penelitian ini adalah:

- 1) Pernah mengunjungi Toserba Sunan Drajat Lamongan minimal 3 kali, karena hanya konsumen yang sudah berkunjung atau membeli yang

dapat merasakan lingkungan serta etika para karyawan yang ada di Toserba Sunan Drajat Lamongan.

- 2) Laki-laki atau perempuan berusia minimal 18 tahun, karena pada rentang usia ini individu dianggap cukup dewasa untuk mengambil keputusan dan memberikan pendapat secara objektif.

Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah konsumen Toserba Sunan Drajat Lamongan. Data yang dikumpulkan mencakup karakteristik responden, seperti usia, jenis kelamin, frekuensi kunjungan, serta pengalaman mereka terhadap suasana toko di Toserba Sunan Drajat Lamongan. Data ini digunakan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap *Repurchase Intention* serta tingkat mereka terhadap tempat tersebut. Jumlah sampel dihitung menggunakan Rumus Cochran, karena populasi yang tidak diketahui, sebagaimana berikut:

$$no = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

Di mana:

- no = Jumlah sampel yang dibutuhkan
- z = Nilai Z-score (misalnya 1,96 untuk tingkat kepercayaan 95%)
- p = Proporsi populasi (diasumsikan **0,5** jika tidak diketahui)
- e = Margin of error yang diinginkan
- margin of eror 10% dan tingkat kepercayaan 95% maka:

$$\begin{aligned} no &= \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(0,1)^2} \\ no &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} \\ no &= \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, jumlah sampel yang diperlukan sekitar 96 orang, yang dibulatkan menjadi 100 orang untuk mempermudah analisis.

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

3.5 Metode pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan untuk mengumpulkan data, salah satunya adalah angket (kuesioner). Angket merupakan alat yang berisi serangkaian pertanyaan yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai pengetahuan responden serta hal-hal yang relevan dengan mereka (Arikunto, 2002). Dalam penelitian ini, angket dipilih sebagai instrumen utama yang akan dibagikan kepada subjek penelitian. Penggunaan angket lebih menguntungkan dalam hal efisiensi waktu dan biaya, karena memungkinkan pengumpulan data dari banyak responden secara serempak.

Metode pengumpulan data merujuk pada teknik-teknik yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Agar data yang dikumpulkan valid, teknik pengumpulan data harus dilakukan dengan tepat. Menurut Arikunto (2010), pengumpulan data mencakup observasi terhadap variabel yang diteliti melalui berbagai teknik, seperti wawancara, observasi, kuisisioner, dan dokumentasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan angket.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner yang menggunakan skala. Skala merupakan serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk menggali konsep psikologis yang mencerminkan aspek kepribadian seseorang (Azwar, 2012). Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui instrumen yang menggunakan skala pengukuran. Skala lingkungan kerja islam yang ditemukan oleh Yuyati (2017), skala lingkungan kerja islam ini terdiri dari 13 item yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Selain itu, skala etika kerja islam yang dirancang berdasarkan elemen-elemen yang dijelaskan oleh Hafidhuddin & Tanjung (2003). Skala etika kerja islam ini terdiri dari 9 item. Selain itu, skala minat membeli ulang (*Repurchase Intention*) yang dirancang berdasarkan elemen-elemen yang dijelaskan oleh Ferdinand (2014). Skala minat membeli ulang (*Repurchase Intention*) terdiri dari 8 item

Angket dipilih oleh peneliti karena metode ini efektif dalam menggali pandangan, persepsi, dan reaksi responden terhadap topik yang sedang diteliti, serta menjaga objektivitas meskipun jumlah responden cukup besar. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert, yang dirancang untuk mengukur persepsi, sikap, atau pendapat individu atau kelompok mengenai suatu kejadian atau fenomena sosial. Dalam skala Likert, responden diminta untuk memberikan jawaban atau memilih pernyataan yang ada dalam kuesioner yang telah disediakan. Setiap responden akan mengisi kuesioner yang mengacu pada skala Likert, seperti yang tersaji dibawah ini:

Tabel 3.1 Skala Likert

Pernyataan	skor	Interpretasi
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat mendukung kondisi yang diharapkan
Setuju (S)	4	Mendukung kondisi yang diharapkan
Netral (N)	3	Tidak diantara setuju dan tidak setuju
Tidak Setuju (TS)	2	Menyimpang dari kondisi yang diharapkan
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat menyimpang dari kondisi yang diharapkan

Skala pengukuran ini didasarkan pada definisi operasional yang telah disusun oleh peneliti. Skala ini merupakan jenis skala psikometrik yang sering digunakan dalam angket dan banyak diterapkan dalam penelitian survei, termasuk penelitian survei deskriptif.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti pada saat pengumpulan data untuk memudahkan proses dan menjadikan hasil yang baik, lengkap dan sistematis agar lebih mudah dalam pengolahannya. Dalam penelitian ini penyusunan instrumen penelitian mempunyai acuan bagi peneliti untuk mengidentifikasi sejumlah variabel, yang akan dijadikan definisi operasional, yang kemudian menjadi indikator yang akan diukur. Indikator-indikator tersebut kemudian diubah menjadi elemen pelaporan yang akan dijadikan sebagai kuesioner penelitian.

1. Skala Lingkungan Kerja Islam

Instrumen penelitian yang digunakan pada variabel lingkungan kerja islam yaitu angket lingkungan kerja islam dengan menggunakan teori yang dikemukakan yuyati (2017). Skala ini menggunakan skala Likert dengan nilai 1 hingga 5. Semakin kecil nilai yang dipilih responden maka semakin kecil pula persetujuan responden dalam merespon aitem, begitu juga sebaliknya. Lingkungan kerja islam adalah suatu tata kelola tempat kerja yang mengedepankan nilai-nilai dan etika islam dalam interaksi, hubungan kerja, serta pengaturan manajemen, yang dipengaruhi oleh lingkungan kerja eksternal dan lingkungan kerja internal. Oleh karena itu peneliti menggunakan skala yang diadaptasi dari skala Yuyati (1998) untuk membuat instrumen penelitian.

Tabel 3.2 Blueprint Skala Lingkungan Kerja Islam

Variabel	Aspek	Indikator	Favorebel	Total
Lingkungan Kerja Islam (XI) Yuyati (2017)	Lingkungan	Ruang Energi	1,2	2
	Kerja	Kondisi Sosial	3,4	2
	Eksternal	Budaya	5,6,7	3
		Teknologi	8,9	2
	Lingkungan	Keteladanan	10,11	2
	Kerja Internal	Sarana prasarana	12,13	2
Jumlah :				13

2. Skala Etika Kerja Islam

Instrumen penelitian yang diadaptasi pada variabel etika kerja islam yaitu dengan menggunakan teori yang dikemukakan Hafidhuddin & Tanjung (2003). Etika kerja islam ini mencakup sikap, karakter, dan cara pandang seorang muslim terhadap pekerjaan yang tidak hanya dianggap sebagai kewajiban untuk mencari nafkah, tetapi juga sebagai bentuk ibadah kepada Allah, yang dipengaruhi oleh As-Shalah, Al-Itqan, Al-Ihsan, Al-Mujahhadah, Mencermati Nilai. Skala ini menggunakan skala Likert dengan nilai 1 hingga 5. Semakin kecil nilai yang dipilih responden maka

semakin kecil pula persetujuan responden dalam merespon aitem, begitu juga sebaliknya.

Tabel 3.3 Blueprint Etika Kerja Islam

Variabel	Aspek	Indikator	Favorebel	Total
Etika Kerja Islam (X2) Hafidhuddin & Tanjung (2003)	As-Shalah	Mempunyai nilai kebaikan	14,15	2
	Al-Itqan	Pekerjaan secara teknis	16,17	2
	Al-Ihsan	Terbaik	18,19	2
	Al-Mujahhadah	Kerja keras	20,21	2
	Mencermati Nilai	Memanfaatkan waktu	22	1
Jumlah :				9

3. Skala Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Instrumen penelitian yang diadaptasi pada variabel minat membeli ulang (*Repurchase Intention*) dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Ferdinand (2014). Skala ini menggunakan skala Likert dengan nilai 1 hingga 5. Semakin kecil nilai yang dipilih responden maka semakin kecil pula persetujuan responden dalam merespon aitem, begitu juga sebaliknya. *Repurchase Intention* merupakan tindakan yang terjadi berupa tanggapan kepada suatu objek yang menunjukkan kemauan pelanggan melakukan pembelian ulang, yang mana hal ini dilakukan karena adanya pengalaman terkait kualitas produk atau jasa pelayanan. Menurut Ferdinand (2014) ada empat aspek minat membeli ulang (*Repurchase Intention*), meliputi; Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Prefensial, Minat Eksploratif. Oleh karena itu peneliti menggunakan teori diatas untuk membuat instrumen penelitian.

Tabel 3.4 Blueprint Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Variabel	Aspek	Indikator	Favorebel	Total
Minat Membeli Ulang	Transaksional	Kesiapan untuk membeli	23,24	2
	Referensial	Tingkat kepercayaan	25,26	2

<i>(Repurchase Intention)</i> . (Y)	Prefensial	Kesetiaan terhadap merek	27,28	2
Ferdinand (2014)	Eksploratif	Rasa ingin tahu	29,30	2
Jumlah :				8

3.7 Uji Kualitas Data

1) Uji validitas

Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto, 2010).

Dalam sebuah penelitian, validitas dan reliabilitas merupakan unsur penting yang menentukan sejauh mana instrumen mampu mengukur variabel yang diteliti dengan tepat. Validitas menggambarkan tingkat ketepatan alat ukur dalam merepresentasikan konstruk atau karakteristik yang ingin diungkap (Azwar, 2012).

Berdasarkan arahan dan pandangan yang digagas oleh Silalahi (2010), validitas isi mencerminkan sejauh mana elemen-elemen dalam suatu instrumen dapat mencakup seluruh dimensi dari konsep yang ingin diukur. Semakin banyak indikator yang dapat mewakili konsep secara keseluruhan, maka semakin tinggi pula validitas isi dari instrumen tersebut. Azwar (2012) juga menyatakan bahwa validitas, yang berasal dari kata *validity*, mengacu pada tingkat ketepatan suatu instrumen dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Dengan demikian, instrumen dianggap valid jika mampu memberikan pengukuran yang akurat dan konsisten terhadap objek yang dimaksud.

Jika nilai r hitung lebih rendah daripada r tabel, maka item tersebut dianggap tidak valid dan perlu diperbaiki. Sebaliknya, jika nilai r hitung lebih tinggi dari r tabel, item tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini, jumlah subjek (N) yang digunakan sebagai sampel adalah 30, dengan r tabel sebesar 0,361 pada tingkat signifikansi 5%. Hasil uji validitas untuk skala lingkungan kerja islam, skala etika kerja islam dan minat membeli ulang (*Repurchase Intention*) disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Skala Lingkungan Kerja Islam

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	P(sig)	Keterangan
LKI1	0.805	0,361	0.000	Valid
LKI2	0.455	0,361	0.012	Valid
LKI3	0.705	0,361	0.000	Valid
LKI4	0.723	0,361	0.000	Valid
LKI5	0.549	0,361	0.002	Valid
LKI6	0.747	0,361	0.000	Valid
LKI7	0.803	0,361	0.000	Valid
LKI8	0.803	0,361	0.000	Valid
LKI9	0.850	0,361	0.000	Valid
LKI10	0.782	0,361	0.000	Valid
LKI11	0.807	0,361	0.000	Valid
LKI12	0.670	0,361	0.000	Valid
LKI13	0.671	0,361	0.000	Valid

Hasil analisis menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 22.0 menunjukkan bahwa setelah dilakukan uji coba pada 30 responden, instrumen yang mengukur skala lingkungan kerja islam terdiri dari 13 item yang valid, sehingga dapat digunakan untuk pengukuran dan tidak ada yang perlu dihapus.

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Skala Etika Kerja Islam

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	P(sig)	Keterangan
EKI1	0.858	0,361	0.000	Valid
EKI2	0.834	0,361	0.000	Valid
EKI3	0.778	0,361	0.000	Valid
EKI4	0.731	0,361	0.000	Valid
EKI5	0.767	0,361	0.000	Valid
EKI6	0.791	0,361	0.000	Valid

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	P(sig)	Keterangan
EKI7	0.744	0,361	0.000	Valid
EKI8	0.709	0,361	0.000	Valid
EKI9	0.854	0,361	0.000	Valid

Hasil analisis menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 22.0 menunjukkan bahwa setelah dilakukan uji coba pada 30 responden, instrumen yang mengukur skala etika kerja islam terdiri dari 9 item yang valid, sehingga dapat digunakan untuk pengukuran dan tidak ada yang perlu dihapus.

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Skala Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	P(sig)	Keterangan
RI1	0.794	0,361	0.000	Valid
RI2	0.825	0,361	0.000	Valid
RI3	0.899	0,361	0.000	Valid
RI4	0.899	0,361	0.000	Valid
RI5	0.899	0,361	0.000	Valid
RI6	0.753	0,361	0.000	Valid
RI7	0.776	0,361	0.000	Valid
RI8	0.794	0,361	0.000	Valid

Hasil analisis menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 22.0 menunjukkan bahwa setelah dilakukan uji coba pada 30 responden, instrumen yang mengukur skala minat membeli ulang (*repurchase intention*) terdiri dari 8 item yang valid, sehingga dapat digunakan untuk pengukuran dan tidak ada yang perlu dihapus.

2) Uji reliabilitas

Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut tidak berubah-ubah atau stabil, konsisten dan dapat diandalkan. Alat ukur dapat dikatakan reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama walaupun digunakan beberapa kali (Kriyantono, 2007). Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Sebuah instrument dinyatakan

reliabel apabila koefisien Cronbach Alpha $> 0,60$ dan menunjukkan hasil atas kesimpulan yang sama ketika akan digunakan berulang kali pada waktu dan dimensi yang berbeda. Hasil uji coba instrument kemudian diinterpretasikan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.8

Tabel Ketentuan Reliabilitas	
Koefisien (r)	Reliabilitas
0.800-1.00	Tinggi
0.600-0.799	Kuat
0.400-0.599	Sedang
0.20-0.399	Rendah
0.00-0.199	Sangat Rendah

Dalam penelitian ini, SPSS versi 22.0 digunakan dengan metode koefisien Alpha Cronbach untuk menghitung reliabilitas berdasarkan jumlah item yang ada. Koefisien reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa alat ukur tersebut sangat dapat diandalkan dan menghasilkan kesalahan pengukuran yang minim. Sebaliknya, koefisien yang rendah menunjukkan bahwa alat ukur tersebut tidak cukup reliabel dan lebih cenderung menghasilkan kesalahan pengukuran yang lebih besar.

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat	Jumlah item
Lingkungan kerja islam	.924	$< 0,6$	13
Etika kerja islam	.917	$< 0,6$	9
Minat membeli ulang (<i>repurchase intention</i>)	.932	$< 0,6$	8

Uji reliabilitas dilakukan untuk memverifikasi kelayakan penggunaan alat ukur yang diterapkan. Dalam uji coba instrumen lingkungan kerja islam, diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,924 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Pada instrumen kedua yang digunakan untuk mengukur etika kerja islam, dengan perlakuan yang serupa, diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,917, yang juga tergolong sangat tinggi. Sementara itu, pada instrumen ketiga minat membeli ulang

(*repurchase intention*) diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0.932 yang termasuk kategori sangat tinggi.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis pengelolaan data dilakukan dengan menggunakan rumus atau aturan yang ada. Pendekatan analisis digunakan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan kesimpulan. Analisis deskriptif dan regresi linier berganda digunakan sebagai metode analisis. Alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu memberikan masing-masing skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif tersebut diproses dan diolah untuk dipergunakan sebagai alat pengukuran variabel diteliti, untuk lebih jelasnya kriteria bobot penilaian dari setiap pertanyaan dalam kuesioner yang dijawab oleh responden pertanyaan-pertanyaan pada angket tertutup menggunakan skala likert 1-5 dengan menggunakan pernyataan berskala. Jawaban untuk setiap instrumen skala likert mempunyai gradasi dari negatif sampai positif. Menurut Sugiyono (2018) bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

1. Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017) tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan melihat suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak berdasarkan variable dependent dan variable independent. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov pada aplikasi SPSS For Windows, pengambilan keputusan normalitas, yaitu jika $p < 0,05$ maka sebaran data tidak normal. Jika $p > 0,05$ maka data berdistribusi normal. Keterangan P: Nilai Signifikan.

b) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2013), uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji

linieritas bertujuan untuk melihat apakah suatu data berkorelasi secara linier atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji linieritas adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS For Windows.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk dapat menguji apakah dalam penelitian ini terdapat model regresi yang mengalami ketidaksamaan variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana nilai residual pada varian antar pengamatan berbeda. Model regresi dapat ditekankan baik jika tidak memunculkan gejala heteroskedastisitas.

Penelitian ini melakukan uji heteroskedastisitas metode uji Rho Spearman, yang menghubungkan nilai residu (residu non-standar) dengan masing-masing variabel independen, digunakan dengan aplikasi SPSS for Windows. Tidak ada masalah dengan heteroskedastisitas jika nilai signifikan lebih besar ($>$) dari 0,05

1) Uji Statistik

Analisis regresi linier berganda yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel terikat. Model regresi linier berganda dengan memakai program software SPSS For Windows. Keterangan:

Yaitu : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Dimana : Y = Variabel terikat (*Repurchase Intention*)

X_1 = Variabel bebas (Lingkungan Kerja Islam)

X_2 = Variabel bebas (Etika Kerja Islam)

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

2) Uji Hipotesis

a) Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha=0.01$), dimana:

- $F_{hitung} > F_{tabel}$ = jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- $F_{hitung} < F_{tabel}$ = jika variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b) Uji Parsial (Uji T)

Uji T statistik bermaksud untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel terikat dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha=0,05$), dimana:

- $T_{hitung} > T_{tabel}$ = jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- $T_{hitung} < T_{tabel}$ = jika variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada rentang waktu 12-20 Mei 2025 menggunakan metode survei daring yang diadakan melalui Google Form. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung atau pembeli di Toserba Sunan Drajat Lamongan minimal 3 kali, yang terletak di Jl. Raya Dagan, Sukowati, Banjarwati, Kec. Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Responden yang terlibat memiliki usia minimal 18 tahun, dengan total sebanyak 100 orang. Penelitian ini dilakukan setelah memperoleh izin resmi dari pihak perusahaan. Sebelum mulai mengisi kuesioner, responden diberikan penjelasan mengenai tujuan serta prosedur penelitian. Pengisian kuesioner dilakukan secara mandiri oleh responden dalam periode waktu yang telah ditetapkan. Data yang dikumpulkan meliputi skala Lingkungan Kerja Islam, Etika Kerja Islam, Dan Minat membeli ulang (*Repurchase Intention*) yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh antara ketiga variabel tersebut.

4.2. Hasil Penelitian

Penelitian yang dilakukan dengan sampel 100 konsumen menggunakan teknik purposive sampling menunjukkan bahwa responden yang terlibat dalam penelitian ini memiliki usia minimal 18 tahun dan merupakan minimal 3 kali belanja di Toserba Sunan Drajat Lamongan.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah model regresi, baik pada variabel independen maupun dependen, memiliki distribusi normal. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Sig) > 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig) < 0,05, data dianggap tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.1 Uji Normalitas
Tests of Normality

variabel		Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Statistic	df	Sig.
hasil	lingkungan kerja islam	.083	100	.087
	etika kerja islam	.078	100	.133
	minat membeli ulang	.066	100	.200*

Sumber: hasil data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwasanya didapati semua variabel berdistribusi normal ditunjukkan dengan hasil (Sig) > 0,05.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam analisis regresi. Deteksi multikolinearitas dilakukan dengan memeriksa nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF), di mana nilai VIF dihitung sebagai kebalikan dari tolerance ($VIF = 1/Tolerance$). Multikolinearitas dianggap terjadi jika nilai tolerance < 0,10 atau VIF > 10

Tabel 4.2 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1(Constant)	43.314	4.601		9.414	.000		
lingkungan kerja islam	-.114	.053	-.208	-2.149	.034	.997	1.003
etika kerja islam	-.264	.111	-.230	-2.368	.020	.997	1.003

a. Dependent Variable: repurchase intention

Sumber: hasil data diolah

Berdasarkan data yang diperoleh uji multikolinearitas dilakukan dengan mengamati nilai Tolerance dan VIF. Nilai Tolerance untuk kedua variabel independen, yaitu Lingkungan kerja islam dan etika kerja islam adalah 0,997, yang secara signifikan lebih besar dari batas minimum 0,10. Nilai VIF untuk kedua variabel tersebut adalah 1,003, yang jauh di bawah

batas maksimum 10. Kesimpulannya, tidak terdapat indikasi adanya multikolinearitas dalam model regresi ini, karena nilai Tolerance dan VIF berada dalam rentang yang aman.

3. Uji Heteroskedestisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan varian residual dalam model regresi linear tertentu. Salah satu metode yang digunakan adalah uji Glejser, di mana hasil analisis dapat dilihat melalui grafik Scatterplot. Jika nilai signifikansi dibawah 0,05 maka terdapat gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansi diatas 0,05 maka terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.3 Uji Heteroskedestisitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta				Tolerance
1(Constant)	43.314	4.601			9.414	.000	
lingkungan kerja islam	-.114	.053	-.208		-2.149	.034	.997
etika kerja islam	-.264	.111	-.230		-2.368	.020	.997

a. Dependent Variable: repurchase intention

Sumber: hasil data diolah

Berdasarkan data yang diperoleh uji heteroskedestisitas diatas bahwa nilai signifikansi di bawah 0,05 maka terdapat gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengevaluasi pengaruh serta arah hubungan antara variabel independen, yaitu lingkungan kerja islam dan etika kerja silam terhadap variabel dependen, yaitu minat membeli ulang (*repurchase intention*). Model regresi yang diterapkan dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (minat membeli ulang konsumen)

α = Konstanta

b1 = Koefisien regresi untuk lingkungan kerja islam

b2 = Koefisien regresi untuk etika kerja islam

X1 = Variabel lingkungan kerja islam

X2 = Variabel etika kerja islam

Tabel 4.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	43.314	4.601		9.414	.000
lingkungan kerja islam	-.114	.053	-.208	-2.149	.034
etika kerja islam	-.264	.111	-.230	-2.368	.020

a. Dependent Variable: repurchase intention

Sumber: hasil data diolah

$$Y = a + b1X1 + b2X2$$

$$Y = 43.314 - 0.114X1 - 0.264X2$$

Keterangan:

1. Nilai **43.314** pada konstanta menunjukkan nilai prediksi variabel dependen ketika semua variabel independen bernilai nol.
2. Nilai **-0,114** adalah koefisien regresi tidak terstandarisasi (B1) untuk variabel lingkungan kerja islam
3. Nilai **-0,264** adalah koefisien regresi tidak terstandarisasi (B2) untuk variabel etika kerja islam

Sehingga dapat diketahui dari data yang sudah diolah dan diperoleh sebagai berikut :

- 1) Koefisien unstandarized (B1) adalah **-0,114** (B2) adalah **-0,264**, menunjukkan setiap kenaikan 1 satuan Lingkungan Kerja Islam, akan menurunkan Minat Membeli Ulang sebesar 0.114
- 2) Koefisien unstandarized (B2) adalah **-0,264**, menunjukkan setiap kenaikan 1 satuan Etika Kerja Islam, akan menurunkan Minat Membeli Ulang sebesar 0.264

5. Uji Hipotesis

Tabel 4.5 Uji T (Parsial)

Coefficients^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1(Constant)	43.314	4.601			9.414	.000		
lingkungan kerja islam	-.114	.053	-.208		-2.149	.034	.997	1.003
etika kerja islam	-.264	.111	-.230		-2.368	.020	.997	1.003

a. Dependent Variable: repurchase intention

Sumber: hasil data diolah

a. Pengaruh lingkungan kerja islam terhadap minat membeli ulang (*Repurchase Intention*)

Pada hipotesis ini peneliti menggunakan Uji t parsial untuk mengetahui pengaruhnya secara spesifik. Uji t parsial digunakan untuk mengukur signifikansi hubungan antara satu variabel independen (X1) dan variabel dependen (Y) secara individual. Uji ini bertujuan untuk menentukan sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variasi yang terjadi pada variabel dependen. Jika nilai signifikansi t lebih kecil atau sama dengan 0,05, maka hipotesis alternatif (Ha1) diterima, yang menunjukkan adanya hubungan signifikan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi t lebih besar dari 0,05, maka hipotesis alternatif (Ha1) ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan signifikan. Dari tabel 4.7 bisa diambil data sebagai berikut :

- Koefisien (B1) adalah -0,114 dan Sig.= 0,034
- Nilai Sig lebih kecil dari 0.05, maka hipotesis alternatif (Ha1) ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan kerja islam memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat membeli ulang (*repurchase intention*).

b. Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*).

Dalam hipotesis ini, peneliti menerapkan Uji t parsial untuk menganalisis pengaruh variabel secara lebih spesifik. Uji ini digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi hubungan antara satu variabel independen (X2) dengan variabel dependen (Y) secara individu. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen memengaruhi variasi yang terjadi pada variabel dependen. Jika nilai signifikansi t kurang dari atau sama dengan 0,05, maka hipotesis alternatif (Ha2) diterima, yang menandakan adanya hubungan yang signifikan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi t lebih besar dari 0,05, maka hipotesis alternatif (Ha2) ditolak, yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan. Dari tabel 4.7 bisa diambil data sebagai berikut:

- a) Koefisien (B2) adalah -0,264 dan Sig. = 0,020
- b) Nilai Sig. lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis alternatif (Ha2) ditolak. Sehingga, variabel etika kerja islam memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat membeli ulang (*repurchase intention*).

c. Pengaruh Kingkungan Kerja Islam Dan Etika Kerja Islam Terhadap Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) Toserba Sunan Drajat Lamongan

Pada hipotesis ini peneliti menggunakan Uji F (Simultan) untuk mengetahui pengaruhnya dengan lebih spesifik. Uji F digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel independen X1 dan X2 dengan variabel dependen Y secara simultan. Jika nilai Sig. kurang dari 0,05, maka Ha diterima, yang berarti terdapat hubungan signifikan antara variabel-variabel tersebut. Sebaliknya, jika nilai Sig. lebih dari 0,05, maka Ha ditolak, yang menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan.

Tabel 4.6 F (Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141.585	2	70.793	4.854	.010 ^b
	Residual	1414.655	97	14.584		
	Total	1556.240	99			
a. Dependent Variable: repurchase intention						
b. Predictors: (Constant), etika kerja islam, lingkungan kerja islam						

Sumber: hasil data diolah

Nilai F yang diperoleh adalah 4.854 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,010.

- 1) Karena nilai signifikansi (0.010) lebih kecil dari 0.05, maka hipotesis alternatif (Ha3) diterima dan hipotesis 0 (H03) ditolak
- 2) Bahwa ada Pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu Lingkungan Kerja Islam Dan Etika Kerja Islam dengan variabel dependen Minat Membeli Ulang (*repurchase intention*).

4.3. Pembahasan

a. Pengaruh Lingkungan Kerja Islam Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) Toserba Sunan Drajat Lamongan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Kerja Islam berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) pada konsumen Toserba Sunan Drajat Lamongan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil Koefisien (B1) adalah -0,114 dan Sig.= 0,034. Temuan ini sejalan dengan pendapat Yuyati (2017) yang menyatakan bahwa lingkungan kerja Islami, baik internal maupun eksternal, mampu menciptakan kenyamanan dan rasa aman bagi karyawan sehingga tercermin dalam pelayanan yang memuaskan pelanggan. Kondisi ini secara langsung meningkatkan persepsi positif konsumen yang pada akhirnya mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang.

Fasilitas yang bersih dan nyaman di Toserba Sunan Drajat membuat konsumen merasa kebutuhan spiritual mereka tetap terpenuhi meskipun sedang berbelanja. Hal ini menumbuhkan kenyamanan dan rasa aman,

sehingga mendorong niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang (*Minat Transaksional*). Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa *servicescape* atau lingkungan fisik sangat menentukan persepsi kualitas layanan dan loyalitas konsumen. Penelitian Sutoyo (2019) juga membuktikan bahwa keberadaan fasilitas religius dalam ritel Islami meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Toko yang bersih, terawat, dan tertata rapi mencerminkan implementasi nilai *thaharah* dalam Islam, sehingga menumbuhkan rasa percaya dan nyaman bagi konsumen. Kondisi ini menjadikan konsumen lebih memilih Toserba Sunan Drajat sebagai toko utama (*Minat Preferensial*) dibandingkan pesaing. Zeithaml et al. (2009) menyatakan bahwa kebersihan dan kerapian lingkungan ritel meningkatkan persepsi keandalan dan kepercayaan konsumen. Temuan ini didukung oleh penelitian Wardani (2020) yang menyebutkan kebersihan dan kerapian toko berhubungan positif dengan niat membeli ulang.

Suasana Islami seperti lantunan musik religius, ucapan salam, dan adab Islami dalam pelayanan menciptakan pengalaman belanja yang berbeda dari toko modern pada umumnya. Suasana ini tidak hanya mendorong konsumen untuk kembali berbelanja (*Minat Transaksional*), tetapi juga menjadikan toko sebagai pilihan utama (*Minat Preferensial*). Penelitian Mulyani (2021) juga menemukan bahwa suasana Islami memperkuat loyalitas konsumen pada ritel syariah.

Interaksi yang harmonis antar karyawan, saling menghormati, dan profesionalisme dalam bekerja memberikan citra positif kepada konsumen. Hal ini membuat konsumen terdorong untuk merekomendasikan Toserba Sunan Drajat kepada orang lain (*Minat Referensial*). Robbins & Judge (2017) menyatakan bahwa iklim organisasi yang sehat meningkatkan kualitas interaksi dan pelayanan. Sejalan dengan itu, penelitian Wardani (2020) menunjukkan bahwa sikap ramah dan harmonis karyawan berpengaruh pada *word of mouth* positif dari konsumen.

Kedisiplinan karyawan, baik dalam ketepatan waktu melayani maupun konsistensi sikap Islami, membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas pelayanan. Kepercayaan ini mendorong konsumen untuk mencoba produk lain yang tersedia (*Minat Eksploratif*). Zeithaml et al. (2009) menjelaskan bahwa kepercayaan menjadi faktor utama konsumen dalam memperluas keputusan pembelian. Penelitian oleh Mulyani (2021) juga menegaskan bahwa kedisiplinan Islami meningkatkan rasa aman konsumen dalam bertransaksi, sehingga mendorong eksplorasi produk.

Karyawan yang peduli, sopan, dan mau membantu sesuai dengan nilai Islami menumbuhkan ikatan emosional dengan konsumen. Konsumen yang merasa dihargai akan terdorong untuk merekomendasikan toko kepada orang lain (*Minat Referensial*) sekaligus berani mencoba produk baru yang ditawarkan (*Minat Eksploratif*). Menurut Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988), empati dalam pelayanan menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian Sutoyo (2019) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa sikap peduli berbasis Islami meningkatkan minat membeli ulang konsumen.

Namun, tidak semua penelitian menemukan hasil serupa. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Fitria (2020), menunjukkan bahwa lingkungan kerja Islami tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini biasanya terjadi ketika konsumen lebih menekankan faktor harga, kualitas produk, atau lokasi dibandingkan suasana Islami yang dibangun oleh perusahaan. Dalam kasus tersebut, lingkungan Islami dianggap sebagai nilai tambah, tetapi bukan faktor penentu utama dalam keputusan pembelian ulang.

Perbedaan hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui konteks penelitian. Pada Toserba Sunan Drajat, mayoritas konsumen adalah Muslim yang memiliki keterikatan kuat pada nilai-nilai Islami, sehingga keberadaan lingkungan kerja Islami menjadi faktor penting yang meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan. Sebaliknya, pada penelitian Fitria (2020), konsumen yang diteliti berasal dari latar belakang beragam, sehingga

orientasi pada nilai Islami tidak menjadi prioritas utama dalam keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa relevansi lingkungan kerja Islami sangat ditentukan oleh karakteristik pasar yang dilayani.

Berdasarkan temuan, indikator lingkungan kerja eksternal fasilitas ibadah, kebersihan, dan suasana Islami terbukti paling signifikan memengaruhi *Minat Transaksional* dan *Preferensial*. Dengan demikian, aspek eksternal lingkungan Islami menjadi faktor dominan dalam membangun loyalitas konsumen Toserba Sunan Drajat. dapat disimpulkan bahwa Lingkungan Kerja Islam dapat menjadi faktor strategis dalam meningkatkan minat membeli ulang, terutama pada konsumen yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap nilai-nilai Islami. Namun, dalam konteks konsumen yang lebih beragam, pengaruh lingkungan Islami mungkin tidak dominan dibandingkan faktor lain seperti harga dan kualitas. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya menyesuaikan strategi bisnis Islami dengan karakteristik target konsumen agar hasilnya optimal.

b. Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) Toserba Sunan Drajat Lamongan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Etika Kerja Islam berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) pada konsumen Toserba Sunan Drajat Lamongan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil Koefisien (B2) adalah -0,264 dan Sig. = 0,020. Temuan ini sejalan dengan teori Hafidhuddin dan Tanjung (2003) yang menyatakan bahwa etika kerja Islam menempatkan pekerjaan sebagai ibadah, sehingga setiap interaksi dengan konsumen sarat dengan nilai integritas yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas.

Karyawan yang memberikan pelayanan dengan penuh keramahan, kesungguhan, dan adab Islami menimbulkan kepuasan emosional. Konsumen bukan hanya kembali berbelanja, tetapi juga menjadikan Toserba Sunan Drajat sebagai pilihan utama (*Preferensial*) dan bahkan

merekomendasikannya kepada orang lain (*Referensial*). Hal ini sesuai dengan penelitian Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) yang menyatakan bahwa *responsiveness* dan *empathy* dalam pelayanan mendorong kepuasan serta loyalitas konsumen.

Konsistensi karyawan dalam memastikan kehalalan produk dan kejujuran dalam transaksi memperkuat kepercayaan spiritual konsumen. Konsumen yang yakin pada integritas toko akan kembali berbelanja (*Transaksional*) dan bahkan menjadikannya toko utama (*Preferensial*). Penelitian Ali & Al-Owaidan (2008) mendukung hal ini dengan menyatakan bahwa etika kerja Islami yang menekankan kejujuran dan kehalalan adalah faktor kunci dalam membangun loyalitas konsumen Muslim.

Penelitian ini juga konsisten dengan temuan Dwita dan Rozikan (2022) yang menunjukkan bahwa penerapan etika kerja Islami dalam organisasi berkontribusi pada kepercayaan pelanggan dan loyalitas konsumen. Demikian pula, penelitian Muntoha (2016) menegaskan bahwa nilai-nilai etika kerja Islam seperti *al-itqan* (profesionalitas) dan *al-ihsan* (melakukan yang terbaik) mendorong terciptanya pelayanan berkualitas yang berdampak pada meningkatnya niat membeli ulang. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa etika kerja Islami merupakan faktor penting dalam perilaku konsumen Muslim.

Namun, tidak semua penelitian menemukan pengaruh signifikan. Studi Mayasari (2017), misalnya, menyatakan bahwa etika kerja Islami tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian ulang, karena konsumen lebih mempertimbangkan faktor harga, promosi, dan ketersediaan produk. Etika kerja Islami dalam penelitian tersebut lebih berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat citra perusahaan, tetapi bukan faktor utama yang menentukan perilaku membeli ulang.

Perbedaan temuan ini dapat dijelaskan dari konteks konsumen yang diteliti. Pada Toserba Sunan Drajat, mayoritas konsumen adalah Muslim yang memiliki orientasi nilai Islami yang kuat sehingga mereka lebih menghargai kejujuran, keramahan, dan amanah karyawan. Sebaliknya, pada

penelitian Mayasari (2017), pasar yang diteliti bersifat lebih heterogen sehingga orientasi religius tidak menjadi penentu utama perilaku konsumen. Dengan kata lain, pengaruh etika kerja Islami sangat bergantung pada sensitivitas religius konsumen terhadap nilai-nilai Islam.

Dari hasil analisis, indikator Al-Ihsan (memberikan pelayanan terbaik) dan Mencermati Nilai (kehalalan & kejujuran) terbukti paling signifikan. Keduanya menyentuh aspek emosional dan spiritual konsumen sekaligus, sehingga tidak hanya meningkatkan *Minat Transaksional*, tetapi juga *Preferensial* dan *Referensial*. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks ritel Islami, loyalitas konsumen lebih kuat dibangun melalui pelayanan yang berkualitas tinggi dan transparansi nilai Islami dalam setiap transaksi. Etika Kerja Islam dapat menjadi faktor signifikan dalam meningkatkan repurchase intention ketika pasar yang dilayani memiliki karakteristik konsumen Muslim yang kuat, seperti di Toserba Sunan Drajat. Namun dalam konteks yang lebih kompetitif dan beragam, perusahaan tetap perlu menyeimbangkan nilai etika Islami dengan faktor lain seperti kualitas produk, harga, dan strategi pemasaran agar loyalitas konsumen tetap terjaga.

c. Pengaruh Lingkungan Kerja Islam Dan Etika Kerja Islam Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) Toserba Sunan Drajat Lamongan

Secara simultan, Lingkungan Kerja Islam dan Etika Kerja Islam berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F yang diperoleh adalah 4.854 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,010 (*p-value*) lebih kecil dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang bermakna secara statistik antara lingkungan kerja islam dan etika kerja islam terhadap minat membeli ulang (*repurchase intention*).

Selain itu, hasil ini mendukung teori Ferdinand (2014) yang menyatakan bahwa minat membeli ulang mencakup dimensi transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif. Lingkungan Islami di Toserba

Sunan Drajat mendorong konsumen tidak hanya membeli ulang, tetapi juga merekomendasikan toko tersebut kepada orang lain. Dengan pelayanan Islami, konsumen juga cenderung menempatkan Toserba Sunan Drajat sebagai preferensi utama dibandingkan kompetitor.

Suasana Islami yang tercermin dari salam, musik religius, dan sikap ramah karyawan, ditambah pelayanan yang penuh kesungguhan, menimbulkan kepuasan emosional. Hal ini membuat konsumen tidak hanya kembali berbelanja (*Transaksional*), tetapi juga memilih toko sebagai yang utama (*Preferensial*) dan merekomendasikannya kepada orang lain (*Referensial*). Hal ini Seperti dikemukakan oleh Kotler (2017), loyalitas pelanggan terbentuk ketika konsumen merasa pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, sehingga dorongan untuk melakukan pembelian ulang semakin kuat.

Konsistensi dalam menjaga kehalalan produk dan transparansi transaksi memperkuat kepercayaan spiritual konsumen. Konsumen yang yakin terhadap integritas toko akan kembali berbelanja (*Transaksional*) dan menjadikannya toko utama (*Preferensial*). Ali & Al-Owaidan (2008) menegaskan bahwa kejujuran dan halal adalah elemen kunci etika kerja Islami yang membentuk loyalitas konsumen Muslim.

Faktor penting lainnya adalah kepercayaan konsumen terhadap nilai-nilai Islami yang dihadirkan. Menurut Maghfiroh (2021), bisnis syariah yang mematuhi prinsip Islam memiliki daya saing tinggi karena konsumen Muslim merasa identitas dan keyakinannya dihormati. Dalam konteks Toserba Sunan Drajat, penerapan etika dan lingkungan kerja Islami meningkatkan rasa percaya konsumen bahwa produk dan layanan yang mereka dapatkan tidak hanya berkualitas tetapi juga sesuai syariat.

Lebih jauh, penelitian ini juga mendukung pendapat Putra (2018) yang menekankan pentingnya bisnis ritel berbasis Islam untuk menemukan cara menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Dengan menonjolkan lingkungan Islami dan etika kerja Islami, Toserba Sunan Drajat mampu bersaing dengan ritel modern lain seperti Alfamart atau

Indomaret yang lebih mapan secara jaringan, karena ia menawarkan diferensiasi berbasis nilai Islami.

Dari sisi teori perilaku konsumen, temuan ini sejalan dengan pandangan Sumarwan (2004) bahwa keputusan pembelian ulang sangat dipengaruhi oleh pengalaman pasca konsumsi. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan Islami akan menilai bahwa pengalaman mereka selaras dengan nilai-nilai pribadi, sehingga mendorong mereka kembali untuk berbelanja. Dengan kata lain, pengalaman belanja Islami memberikan nilai tambah psikologis yang sulit didapatkan di toko lain.

Selain manfaat praktis, penelitian ini juga memperkaya literatur akademik tentang pemasaran berbasis nilai Islami. Hafidhuddin & Tanjung (2003) menyatakan bahwa etika kerja Islam menempatkan pekerjaan sebagai ibadah, sehingga setiap pelayanan kepada konsumen dilakukan dengan niat tulus. Hal ini bukan hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat citra positif perusahaan sebagai institusi ritel Islami.

Namun, terdapat penelitian lain yang menunjukkan hasil berbeda. Studi Fitria (2020) mengungkapkan bahwa kombinasi lingkungan kerja Islami dan etika kerja Islami tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang, terutama ketika faktor harga dan kualitas produk dianggap lebih dominan oleh konsumen. Menurut penelitian tersebut, nilai-nilai Islami hanya dianggap sebagai nilai tambah, bukan faktor utama yang mempengaruhi perilaku membeli ulang. Hal ini memperlihatkan bahwa konteks pasar dan karakteristik konsumen sangat mempengaruhi besarnya peran variabel Islami dalam membentuk loyalitas.

Perbedaan hasil penelitian ini dapat dipahami dari latar belakang responden. Pada Toserba Sunan Drajat, mayoritas konsumen adalah Muslim dengan tingkat religiusitas tinggi, sehingga mereka sangat memperhatikan kesesuaian nilai Islami dalam interaksi bisnis. Sementara dalam penelitian Fitria (2020), responden berasal dari kalangan konsumen yang lebih beragam latar belakangnya, sehingga faktor rasional seperti harga dan kualitas lebih menentukan daripada faktor nilai Islami. Dengan kata lain,

relevansi lingkungan kerja dan etika Islami sangat dipengaruhi oleh konteks sosial budaya konsumen.

Berdasarkan hasil analisis, indikator suasana Islami & pelayanan dengan Ihsan (Al-Ihsan) serta kehalalan dan kejujuran transaksi (Mencermati Nilai) adalah yang paling menonjol pengaruhnya. Keduanya tidak hanya memengaruhi aspek fungsional (*Transaksional*), tetapi juga aspek emosional (*Preferensial* dan *Referensial*). Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks ritel Islami, konsumen lebih loyal ketika mereka merasakan kombinasi kenyamanan, pelayanan ramah, dan jaminan nilai Islami dalam transaksi.

Dapat disimpulkan bahwa Penerapan Lingkungan Kerja Islam dan Etika Kerja Islam bukan sekadar faktor internal organisasi, melainkan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Temuan penelitian ini mempertegas bahwa praktik bisnis Islami tidak hanya bernilai spiritual tetapi juga berimplikasi positif terhadap keberlanjutan usaha dalam persaingan pasar modern. Khususnya pada pasar dengan konsumen Muslim yang kuat seperti Toserba Sunan Drajat. Namun, dalam konteks pasar yang lebih heterogen, nilai-nilai Islami perlu dipadukan dengan strategi lain seperti inovasi produk, harga yang kompetitif, dan promosi, agar pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen tetap signifikan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Lingkungan Kerja Islam berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention). Hal ini menunjukkan bahwa suasana Islami yang tercermin dalam fasilitas ibadah, budaya kerja Islami, serta interaksi karyawan mampu meningkatkan kenyamanan konsumen dan mendorong mereka untuk berbelanja kembali di Toserba Sunan Drajat. Hal ini ditunjukkan oleh (B1) adalah $-0,114$, dengan $t = -2.149$ dan $\text{Sig.} = 0,034$
2. Etika Kerja Islam berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention). Nilai-nilai Islami yang diwujudkan melalui kejujuran, amanah, keramahan, profesionalitas, serta pelayanan yang sesuai syariat Islam mampu menumbuhkan rasa percaya dan kepuasan konsumen sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini ditunjukkan (B2) adalah $-0,264$, dengan $t = -2,368$ dan $\text{Sig.} = 0,020$
3. Lingkungan Kerja Islam dan Etika Kerja Islam secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Membeli Ulang. Hal ini ditunjukkan nilai signifikansi (0.010) lebih kecil dari 0.05 , maka hipotesis alternatif (H_a) diterima. Kombinasi kedua faktor ini membentuk sinergi yang kuat dalam menciptakan pengalaman belanja Islami yang tidak hanya memuaskan secara fungsional, tetapi juga memberikan nilai emosional dan spiritual bagi konsumen.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa penerapan nilai-nilai Islami dalam budaya organisasi dan pelayanan bisnis ritel dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan pembelian ulang konsumen, khususnya pada pasar dengan mayoritas konsumen Muslim.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Toserba Sunan Drajat Lamongan Manajemen perlu mempertahankan serta meningkatkan penerapan nilai Islami dalam aspek lingkungan kerja eksternal, seperti menjaga kebersihan, menyediakan fasilitas ibadah yang memadai, dan menciptakan suasana Islami di area toko. Penerapan tersebut terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap minat transaksional dan preferensial konsumen. Selain itu, aspek internal seperti kedisiplinan dan kepedulian Islami karyawan perlu ditingkatkan melalui program pembinaan dan pelatihan, sehingga kualitas pelayanan yang Islami dapat konsisten terjaga dan berdampak positif terhadap loyalitas konsumen.
2. Bagi konsumen diharapkan dapat berperan dalam menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan Islami dengan memberikan masukan yang konstruktif kepada pihak manajemen. Partisipasi konsumen dalam bentuk kritik dan saran akan menjadi bahan evaluasi yang penting untuk pengembangan mutu pelayanan, sehingga tercipta hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara penyedia layanan dan pelanggan.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya Penelitian ini terbatas pada satu objek penelitian, yaitu Toserba Sunan Drajat Lamongan, dengan fokus pada variabel lingkungan kerja Islami dan etika kerja Islami. Peneliti selanjutnya disarankan memperluas objek penelitian pada sektor ritel Islami lain, baik dengan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif, untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, memasukkan variabel lain seperti kualitas produk, strategi harga, serta promosi berbasis nilai Islami dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *repurchase intention* konsumen Muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. "Manajemen Produksi: Perencanaan Sistem Produksi Yogyakarta": BPFE, 2004.
- Ali, A. J. (2005). *Islamic Perspectives on Management and Organization*. Edward Elgar.
- Ali, A. J., & Al-Owaihian, A. (2008). Islamic work ethic: A critical review. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(1), 5–19.
- Amiyani, R. (2016). Teknik sampling. *Yogyakarta: UNY*.
- Antonio. Muhammad Syafi'i. "Bank Syari ah: Dari Teori ke Praktek". Cet. IX, Jakarta: Gema Insani Press, 2005.
- Arif Sumantri, kesehatan Lingkungan Dalam Persepektif Islam, Jakarta: Kencana, 2010
- Asifudin, A. J. (2004). Etos Kerja Islam (Pertama). *Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Creswell, JW (2010). Memetakan perkembangan metode penelitian campuran. *Buku pegangan SAGE tentang metode campuran dalam penelitian sosial & perilaku*, 2 (0), 45-68.
- Cronin Dan Taylor. (1992). Measuring Service Quality: A Rexamination and Extention. *Journal of marketing*, 56.
- Diah Maya Sari, *Pengaruh Etika Kerja Islam, Motivasi Kerja Islam dan ingkungan Kerja Islam Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada Karyawan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Jakarta BSD)* (Jakarta: Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2017),
- Dr. Haerudin, M. (2016). Etika Kerja Islam Sebuah kajian teoritik dan empirik. *Maksimum, Vol. 5*(No. 1), Hal. 21.
- Dwita, V. A. (2022). The effect of Islamic work ethics and affective commitment on quality of work life and turnover intention of sharia bank. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 2(1), 90-103.
- Fadillah, T. N. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pelanggan E-Commerce Shopee Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai

- Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Umsu Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Universitas Sumatera Utara*, 36, 8–13. [http://repository.umsu.ac.id/bitstream/123456789/5054/1/SKRIPSI NAVIRA LUTFA SUSTIA.pdf](http://repository.umsu.ac.id/bitstream/123456789/5054/1/SKRIPSI_NAVIRA_LUTFA_SUSTIA.pdf)
- Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen.
- Fi Jaisyi, M., Musthofa, R. Z., & Ulum, M. (2024). Strategi Toserba Sunan Drajat Paciran Lamongan dalam Menarik Minat Berbelanja Masyarakat. *Al-Muzdahir : Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–19. <https://doi.org/10.55352/ekis.v6i1.625>
- Fitria, Astri. “Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Sikap Akuntan Dalam Perubahan Organisasi Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Maksi*, Vol.3, 2003
- Foster, B. (2008). Manajemen Ritel. Alfabeta. Bandung. hlm. 61. Chandra Dewi dan Nuryati. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen dirumah Makan Boga-Bogi Surakarta. *Informatika*, 1(2).
- Gefen, D. (2000). *E-commerce: The Role of Familiarity and Trust*. *Omega*, 28(6), 725–737.
- Ghozali, Imam. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21"*. Edisi Ketujuh, Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- Haerudin. “Etika Kerja Islam: Sebuah Kajian Teoritik dan Empirik”. *Jurnal Maksimum*, Vol.5, No.1, 2016
- Hafidhuddin, & Tanjung. (2003). *Manajemen Syariah dalam praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hasan, A. (2009). *Manajemen bisnis syari'ah: kaya di dunia terhormat di akhirat*. Pustaka Pelajar.
- Hendryadi, H., Tricahyadinata, I., & Zannati, R. (2019). Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik. *Jakarta: LPMP Imperium*.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the Nature of Man*. Cleveland: World Publishing.
- Hinson, R. E., Mensah, I., Amoako, G. K., Mensah, E. A., Coffie, I. S., & Khosa,

- E. (2024). Marketing for Hospitality and Tourism. *Hospitality and Tourism Marketing*, 15–23. <https://doi.org/10.4324/9781032688497-2>
- Kohlberg, L. (1981). *The Philosophy of Moral Development: Moral Stages and the Idea of Justice*. San Francisco: Harper & Row.
- Kotler, P. (2003). *Wawasan pemasaran dari A sampai Z: 80 konsep yang perlu diketahui setiap manajer*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015) *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Madaniyah, J., Tinggi, S., & Tarbiyah, I. (2016). *Muntoha & Srifariyati*,. 2, 276–304.
- Maemonah, S. (2015). Landasan Teori Kepemimpinan BAB II. *Putaka Aufia Media*, 17–50.
- Mat Zin, S., & Engku Hassan Ashari, E. H. M. (2020). How Do Intellectual Capital and Islamic Work Ethics Affect SME Business Performance? *Jurnal Intelek*, 15(1), 77–88. <https://doi.org/10.24191/ji.v15i1.270>
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press.
- Muhtada, M. D. (2022). Pengaruh lingkungan kerja islami, etos kerja islami dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan BMT UGT Sidogiri Jombang. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 45–61. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/40199>
- Mulyani, N. (2021). Pengaruh Etika Kerja Islami terhadap Loyalitas Konsumen Ritel Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Muntoha. (2016). Etos Kerja dalam Perspektif As-Sunnah. *Jurnal Madaniyah*, 2(11), 287–316. <https://www.neliti.com/publications/195117/etos-kerja-dalam-perspektif-as-sunnah>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Nora Pitri Nainggolan, H. (2018). JURNAL ILMIAH MANAJEMEN dan BISNIS.

- Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72.
- Nurfahmiyati, N., A, A. R., & Riani, W. (2019). *Islamic Work Ethics Implementation in Islamic Bank*. 307(SoRes 2018), 95–98. <https://doi.org/10.2991/sores-18.2019.21>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1990). Consumer behavior and marketing strategy.
- Putra, A. (2018). *Pengaruh brand equity dan religiusitas terhadap repurchase intention pada perusahaan retail berbasis Islam*, (Skripsi Sarjana, Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia).
- Putri, R. A., Abdullah Zawawi, & Maghfur, A. (2023). Penerapan Strategi Marketing dalam Meningkatkan Pelanggan di Toserba Sunan Drajat (Studi di Toserba Sunan Drajat Banjarwati Paciran Lamongan). *Al-Muzdahir : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 116–134. <https://doi.org/10.55352/ekis.v5i2.611>
- Ramadhani, M. S. (2022). Persepsi konsumen pada iklan produk converse di media instagram terhadap minat beli ulang. *JIMSIPOL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial dan Politik*, 2(2), 1–12.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior*. Pearson.
- Rokhman, W. (2010). The Effect of Islamic Work Ethics on Work Outcomes. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 15(1), 21. <http://ejbo.jyu.fi/>
- Safitri, R. A., Suardana, I. M., Asdiansyuri, U., & Yuliati, N. N. (2022). Pengaruh Trust, Price, dan Service Quality terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Sinar Bahagia Supermarket di Lombok Timur). 2(1), 53–62.
- Schnaars, SP (1998). *Strategi pemasaran*. Simon dan Schuster.
- Shihab, M. Quraish. "Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Our 'an". Vol. 1, Jakarta: Lentera Hati, 2002.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono, S. (2018). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumantri, kesehatan Lingkungan Dalam Persepektif Islam, Jakarta : Kencana, 2010
- Sumarwan, U. (2003). Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. *Language*, 368, 245cm.
- Sumarwan, U. (2004). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suroso, S. (2022). The added value and competitive advantage of Islamic banks in Indonesia. *Accounting*, 8(3), 293–302.
<https://doi.org/10.5267/j.ac.2021.11.004>
- Sutoyo, A. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Islami terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Dakwah*.
- Wardani, I. (2020). Kebersihan Ritel Islami dan Dampaknya terhadap Loyalitas. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*.
- Yuniati, N. (2017). *Pengaruh Lingkungan Kerja Islami Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Kementrian Agama Kabupaten Bengkulu Tengah*.
- Yuyati, N. (2017). Pengaruh lingkungan kerja islami terhadap kinerja karyawan pada kementrian keagamaan. Bengkulu: repository.com.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing*. McGraw-Hill.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 surat izin penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI**

Jalan Gajayana 50 Malang, 65144, Telepon: 0341-558916, Website: fpsi.uin-malang.ac.id

Nomor : 670/FPsi.1/PP.009/4/2025
Hal : **IZIN PENELITIAN SKRIPSI**

30 April 2025

Kepada Yth.
HRD. CV. TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN
Jl. Raya Dagan, Sukowati, Banjarwati, Kec. Paciran,
Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62264.
di Tempat

Assalamu 'alaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh.

Dengan hormat,

Dalam rangka pengembangan keilmuan bagi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, maka dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian skripsi kepada:

Nama / NIM : ABDUL LATHIF PUTRA SETIAWAN/210401110018
Tempat Penelitian : CV. TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN
Judul Skripsi : **PENGARUH LINGKUNGAN KERJA ISLAM DAN ETIKA KERJA ISLAM TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG (REPURCHASE INTENTION) TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN**
Dosen Pembimbing : Agus Iqbal Hawabi, M.Psi., Psikolog
Tanggal Penelitian : 10-05-2025 s.d 16-05-2025
Model Kegiatan : Online dan Offline

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Tembusan:

1. Dekan;
2. Wakil Dekan 2 dan 3;
3. Ketua Prodi;
4. Kabag Tata Usaha.

Lampiran 2 surat Balasan Permohonan Izin Melaksanakan Penelitian di Toserba Sunan Drajat Lamongan



PT. PEREKONOMIAN SUNAN DRAJAT

Jl. Raya Banjarwati-Sukodadi Ds. Banjarwati, Kec. Paciran,
Kab. Lamongan, Jawa Timur

Nomer : 019/007/Perkom-PPSD/V/2025
Perihal : Balasan Permohonan Izin Melaksanakan Penelitian
Lampiran : -

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Di Tempat

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan surat nomer 670/Fpsi. 1/PP.009/4/2025 perihal perizinan penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir skripsi mahasiswa atas nama ABDUL LATHIF PUTRA SETIAWAN dengan judul "*Pengaruh Lingkungan Kerja Islam dan Etika Kerja Islam Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) Toserba Sunan Drajat Lamongan*"

Perlu kami sampaikan beberapa hal berikut :

1. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.
2. Izin penelitian diberikan semata-mata untuk keperluan akademik.
3. Waktu pengambilan data harus dilakukan di waktu jam kerja.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Lamongan, 12 Mei 2025

Perekonomian Pondok Sunan Drajat



AMIR SUATMIKO N.M
Direktur HRD & Research

Lampiran 3 Angket Penelitian dan Instrumen

Variabel	Aspek	Indikator	Item	F	Skala
Lingkungan Kerja Islam (XI) Yuyati (2017)	Lingkungan Kerja Eksternal	Ruang Energi	Atribut atau pajangan islami yang di pajang di toko membuat saya tertarik dalam berbelanja	✓	Likert
			Suhu ruangan terjaga dengan baik berkat sistem pendingin atau pemanas.	✓	
		Kondisi Sosial	Cara bicara karyawan yang sopan membuat nyaman dalam berbelanja	✓	
			Sikap para karyawan yang religius membuat saya lebih tenang saat berbelanja	✓	
		Budaya	Tampilan religius karyawan mendukung saya dalam berbelanja	✓	
			Etika dan norma-norma islam yang diterapkan dilingkungan toko mendukung saya dalam berbelanja	✓	
			Kebijakan toko yang sesuai dengan nilai-nilai islam mendukung saya dalam berbelanja	✓	
		Teknologi	Penggunaan media suara musik islami di toko membuat nyaman saat berbelanja	✓	
			Penggunaan teknologi untuk mempermudah proses transaksi (misalnya mesin kasir, QR code, EDC).	✓	
	Lingkungan Kerja Internal	Keteladanan	Karyawan mengucapkan salam ketika masuk maupun keluar toko menciptakan	✓	

			hubungan yang baik dalam berbelanja		
			karyawan memberikan contoh yang baik dalam berinteraksi dengan pelanggan.	✓	
			Sarana Prasarana Sarana dan prasarana yang baik mendukung operasional dan kenyamanan pelanggan.	✓	
			Penataan sarana dan prasarana di toko ini tertata rapi dan efisien.	✓	
Etika Kerja Islam (X2) Hafidhuddin & Tanjung (2003)	As-Shalah	Mempunyai nilai kebaikan	Karyawan selalu berperilaku jujur	✓	Likert
			Karyawan selalu bersikap ramah dan sopan	✓	
	Al-Itqan	Pekerjaan secara teknis	Karyawan melaksanakan pekerjaan dengan profesional	✓	
			Karyawan melakukan pekerjaan sesuai dengan posisinya.	✓	
	Al-Ihsan	Terbaik	Karyawan memberi pelayanan yang terbaik pada pelanggan	✓	
			Karyawan memberikan solusi terbaik atas kebutuhan pelanggan.	✓	
	Al-Mujahhadah	Kerja keras	Karyawan menjalankan pekerjaan dengan optimal	✓	
			Karyawan tidak keberatan menolong saya saat mengalami kesulitan dalam berbelanja	✓	
	Mencermati Nilai	Memanfaatkan waktu	Karyawan tidak menunda-nunda ketika saya meminta bantuan	✓	

Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention). (Y) Ferdinand (2014)	Transaksional	Kesiapan untuk membeli	Persediaan produk yang beragam membuat Saya tertarik untuk membeli	✓	Likert
			Produk yang beragam membuat saya melakukan pembelian ulang di Toserba Sunan Drajat	✓	
	Referensial	Tingkat kepercayaan	Saya menyarankan toserba sunan drajat sebagai tempat berbelanja kepada orang lain	✓	
			Saya merasa Toserba Sunan Drajat dapat dipercaya dalam menjaga kualitas produk dan kejujuran transaksi.	✓	
	Prefensial	Kesetiaan terhadap merek	Produk yang di jual toserba sunan drajat memiliki kualitas yang baik	✓	
			Kelengkapan produk membuat saya kembali berbelanja di toserba sunan drajat	✓	
	Eksploratif	Rasa ingin tahu	Saya merasa tertarik untuk mencoba produk baru yang ditawarkan di Toserba Sunan Drajat.	✓	
			Kualitas layanan yang baik membuat saya kembali berbelanja di toserba sunan drajat	✓	

Instrumen Penelitian

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)
		1	2	3	4	5
Variabel Lingkungan Kerja Islam						
1.	Atribut atau pajangan islami yang di pajang di toko membuat saya tertarik dalam berbelanja					
2.	Suhu ruangan terjaga dengan baik berkat sistem pendingin atau pemanas.					
3.	Cara bicara karyawan yang sopan membuat nyaman dalam berbelanja					
4.	Sikap para karyawan yang religius membuat saya lebih tenang saat berbelanja					
5.	Tampilan religius karyawan mendukung saya dalam berbelanja					
6.	Etika dan norma-norma islam yang diterapkan dilingkungan toko mendukung saya dalam berbelanja					
7.	Kebijakan toko yang sesuai dengan nillai-nilai islam mendukung saya dalam berbelanja					
8.	Penggunaan media seperti suara musik islami di toko mengganggu saat berbelanja					
9.	Penggunakan teknologi untuk mempermudah proses transaksi (misalnya mesin kasir, QR code, EDC).					
10.	Karyawan mengucapkan salam ketika masuk maupun keluar toko					

	menciptakan hubungan yang baik dalam berbelanja					
11.	karyawan memberikan contoh yang baik dalam berinteraksi dengan pelanggan.					
12.	Sarana dan prasarana yang baik mendukung operasional dan kenyamanan pelanggan.					
13.	Penataan sarana dan prasarana di toko ini tertata rapi dan efisien.					
No.	Pertanyaan	Tanggapan				
		(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)
		1	2	3	4	5
Variabel Etika Kerja Islam						
14.	Karyawan selalu berperilaku jujur					
15.	Karyawan selalu bersikap ramah dan sopan					
16.	Karyawan melaksanakan pekerjaan dengan profesional					
17.	Karyawan melakukan pekerjaan sesuai dengan posisinya.					
18.	Karyawan memberi pelayanan yang terbaik pada pelanggan					
19.	Karyawan memberikan solusi terbaik atas kebutuhan pelanggan.					
20.	Karyawan menjalankan pekerjaan dengan optimal					
21.	Karyawan tidak keberatan menolong saya saat mengalami kesulitan dalam berbelanja					
22.	Karyawan tidak menunda-nunda ketika saya meminta bantuan					
Variabel Minat Membeli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).						
23.	Persediaan produk yang beragam membuat Saya tertarik untuk membeli					

24.	Produk yang beragam membuat saya melakukan pembelian ulang di Toserba Sunan Drajat					
25.	Saya menyarankan toserba sunan drajat sebagai tempat berbelanja kepada orang lain					
26.	Saya merasa Toserba Sunan Drajat dapat dipercaya dalam menjaga kualitas produk dan kejujuran transaksi.					
27.	Produk yang di jual toserba sunan drajat memiliki kualitas yang baik					
28.	Kelengkapan produk membuat saya kembali berbelanja di toserba sunan drajat					
29.	Saya merasa tertarik untuk mencoba produk baru yang ditawarkan di Toserba Sunan Drajat.					
30.	Kualitas layanan yang baik membuat saya kembali berbelanja di toserba sunan drajat					

Lampiran 4 Data Mentah Hasil Angket Uji Validasi dan Reabilitas
Lingkungan Kerja Islam

Responden	LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	LK6	LK7	LK8	LK9	LK10	LK11	LK12	LK13	total
1	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	53
2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	60
3	1	3	1	1	5	1	1	1	1	1	1	2	2	21
4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	61
5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	50
6	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	53
7	4	4	5	5	5	5	5	1	4	5	4	4	4	55
8	4	5	5	4	3	2	4	5	4	5	2	3	2	48
9	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	58
10	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	61
11	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	49
12	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	57
13	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
14	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	60
15	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	3	56
16	5	5	5	5	5	4	5	1	5	5	5	5	5	60
17	2	4	3	3	3	5	4	3	4	5	3	4	5	48
18	4	5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	57
19	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	58
20	4	5	3	5	5	3	4	5	5	4	4	3	4	54
21	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	61
22	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	60
23	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	49
24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	50
25	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	49
26	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	53
27	5	4	5	4	4	3	5	3	5	4	5	3	5	55
28	4	3	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	55
29	4	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	57
30	4	5	4	3	5	4	4	3	5	4	5	5	5	56

Etika Kerja Islam

Responden	EK1	EK2	EK3	EK4	EK5	EK6	EK7	EK8	EK9	total
1	4	5	4	4	5	4	4	1	4	35
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	1	1	1	2	1	2	2	1	1	12
4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41
5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	38
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	4	3	2	5	4	5	4	5	4	36
9	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34
10	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43
11	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36
12	5	5	4	4	4	5	3	4	4	38
13	4	3	2	2	4	4	4	4	4	31
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	5	5	3	4	4	4	5	5	4	39
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
17	4	5	4	3	4	5	4	3	5	37
18	4	5	4	5	4	4	4	5	5	40
19	5	5	4	5	4	4	4	4	4	39
20	5	4	3	4	4	4	5	5	4	38
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
22	5	5	4	4	5	4	5	4	4	40
23	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
24	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
25	4	4	3	4	4	4	4	3	3	33
26	4	4	4	4	5	5	4	3	4	37
27	5	4	3	5	4	5	3	5	5	39
28	4	5	3	4	5	5	4	3	5	38
29	4	5	5	4	3	4	4	5	5	39
30	4	5	4	3	5	5	4	4	5	39

Minat membeli ulang (*Repurchase Intention*)

Responden	RI1	RI2	RI3	RI4	RI5	RI6	RI7	RI8	Total
1	5	4	4	4	4	4	4	5	34
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	2	2	2	1	2	2	2	18
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	5	4	4	5	4	4	5	2	33
9	4	4	3	4	4	5	5	3	32
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	4	5	5	5	5	3	3	1	31
12	5	5	5	5	5	5	4	4	38
13	5	3	5	5	5	5	5	5	38
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	5	4	4	4	5	5	5	5	37
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	4	3	5	5	4	4	5	4	34
18	4	5	4	4	5	4	5	5	36
19	5	5	4	4	4	5	5	5	37
20	5	5	5	4	3	4	4	3	33
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	5	4	5	4	4	5	5	5	37
23	4	3	4	4	4	4	4	4	31
24	4	4	3	4	4	4	4	4	31
25	4	3	4	4	4	4	3	4	30
26	5	4	3	4	5	4	5	4	34
27	5	4	3	4	5	5	4	5	35
28	4	4	5	4	5	3	5	5	35
29	4	4	5	3	4	5	5	4	34
30	4	5	3	4	4	5	4	5	34

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliabilitas Lingkungan Kerja Islam

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.924	13

Validitas Etika Kerja Islam

Correlations											
		ek1	ek2	ek3	ek4	ek5	ek6	ek7	ek8	ek9	total
ek1	Pearson Correlation	1	.717**	.573**	.600**	.594**	.630**	.616**	.659**	.685**	.858**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ek2	Pearson Correlation	.717**	1	.736**	.498**	.661**	.586**	.561**	.383*	.733**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.000	.001	.001	.037	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ek3	Pearson Correlation	.573**	.736**	1	.542**	.492**	.505**	.563**	.394*	.618**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.002	.006	.004	.001	.031	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ek4	Pearson Correlation	.600**	.498**	.542**	1	.471**	.507**	.464**	.588**	.489**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.002		.009	.004	.010	.001	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ek5	Pearson Correlation	.594**	.661**	.492**	.471**	1	.752**	.640**	.281	.634**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.006	.009		.000	.000	.132	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ek6	Pearson Correlation	.630**	.586**	.505**	.507**	.752**	1	.427*	.490**	.785**	.791**

	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.004	.004	.000		.019	.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ek7	Pearson Correlation	.616**	.561**	.563**	.464**	.640**	.427*	1	.529**	.492**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.010	.000	.019		.003	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ek8	Pearson Correlation	.659**	.383*	.394*	.588**	.281	.490**	.529**	1	.607**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.037	.031	.001	.132	.006	.003		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ek9	Pearson Correlation	.685**	.733**	.618**	.489**	.634**	.785**	.492**	.607**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.006	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
total	Pearson Correlation	.858**	.834**	.778**	.731**	.767**	.791**	.744**	.709**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											

Reliabilitas etika kerja islam

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	9

Validitas Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Correlations										
		ri1	ri2	ri3	ri4	ri5	ri6	ri7	ri8	total
ri1	Pearson Correlation	1	.414*	.499**	.499**	.499**	.627**	.561**	1.000**	.794**

total	Pearson Correlation	.794**	.825**	.899**	.899**	.899**	.753**	.776**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

Reliabilitas Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.932	8

Lampiran 6 Data Mentah penelitian

Lingkungan Kerja Islam

Responden	LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	LK6	LK7	LK8	LK9	LK10	LK11	LK12	LK13	total
1	3	2	4	5	2	5	1	4	3	3	4	4	4	44
2	1	4	4	1	1	2	4	5	5	4	2	2	1	36
3	5	3	5	2	4	4	3	5	3	5	3	2	2	46
4	3	4	3	5	5	5	4	5	3	3	5	4	5	54
5	5	2	5	2	5	4	2	3	3	4	5	5	5	50
6	4	4	4	5	3	5	4	4	5	3	4	5	5	55
7	5	5	4	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	59
8	3	2	4	2	4	5	3	2	4	4	5	3	3	44
9	5	2	5	2	5	2	2	5	4	5	5	3	3	48
10	4	5	5	2	4	3	3	5	4	5	5	2	5	52
11	5	2	4	3	5	2	4	3	1	5	4	4	4	46
12	5	2	4	5	5	4	4	5	3	5	1	3	5	51
13	5	5	5	3	5	2	5	1	4	5	5	2	1	48
14	5	5	5	1	5	5	5	4	5	1	3	5	5	54
15	1	5	2	5	5	4	5	3	3	4	4	5	4	50
16	3	5	5	4	3	5	5	2	5	5	3	5	5	55
17	5	3	4	3	3	5	1	5	2	3	5	5	5	49
18	3	4	2	5	1	2	5	3	5	3	4	3	4	44
19	5	2	4	3	5	5	2	5	5	5	3	5	3	52
20	5	3	5	2	5	2	1	5	2	5	2	2	4	43
21	2	2	5	5	5	3	3	4	1	5	2	5	5	47
22	4	5	1	5	2	4	2	4	5	5	5	3	5	50
23	3	5	5	2	5	1	2	1	3	3	4	5	5	44
24	4	3	2	4	3	5	5	2	5	5	5	1	3	47
25	3	5	5	4	2	2	4	5	5	3	5	4	5	52
26	3	2	2	1	3	4	3	4	4	4	1	5	5	41
27	1	5	3	3	3	5	3	5	5	4	4	2	4	47
28	4	5	4	1	2	5	3	5	5	4	5	3	5	51
29	3	4	5	3	4	2	4	3	1	5	4	2	1	41
30	1	4	4	5	5	2	5	5	2	1	5	5	4	48
31	5	1	4	5	5	3	1	4	5	5	5	4	3	50
32	5	5	1	3	2	5	3	5	2	4	3	5	2	45
33	5	5	3	5	5	2	4	5	4	1	4	5	4	52
34	4	5	1	3	4	5	2	5	3	3	3	4	5	47
35	4	3	1	3	4	5	3	2	1	5	3	3	4	41
36	4	2	2	4	4	5	5	4	4	3	5	4	3	49
37	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	60
38	4	5	3	5	5	1	2	4	4	5	5	5	5	53
39	2	4	5	4	5	2	3	3	4	2	3	5	5	47
40	1	1	2	1	5	2	5	5	1	2	2	1	1	29
41	4	4	5	5	4	3	2	5	3	3	5	3	5	51

42	1	4	5	2	5	1	4	3	1	4	4	4	5	43
43	5	3	5	2	1	2	5	1	4	3	2	5	1	39
44	5	3	3	4	1	3	3	4	4	2	3	3	4	42
45	4	4	5	5	3	5	4	4	5	3	5	3	5	55
46	3	4	2	5	3	1	2	5	1	1	2	2	1	32
47	5	2	4	4	1	5	5	2	1	5	3	5	5	47
48	1	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	5	54
49	4	5	5	2	4	2	1	4	2	3	5	4	3	44
50	5	5	3	2	4	5	5	2	4	5	5	3	5	53
51	5	3	1	1	1	3	4	3	1	5	4	2	3	36
52	5	5	5	2	3	5	3	4	5	4	2	5	5	53
53	5	1	3	1	1	3	3	2	3	4	5	3	5	39
54	5	3	4	5	3	2	5	1	5	4	4	5	1	47
55	5	5	1	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	54
56	3	1	2	5	1	4	1	5	4	1	4	5	4	40
57	3	5	1	2	3	3	2	1	4	4	2	1	4	35
58	5	3	4	2	4	4	5	2	4	5	5	3	5	51
59	1	2	1	5	5	4	3	3	1	4	5	2	4	40
60	3	3	5	2	3	1	3	5	5	2	4	4	4	44
61	5	3	2	1	1	4	4	5	2	3	1	1	3	35
62	3	5	4	5	5	1	4	1	3	4	1	1	4	41
63	4	2	1	1	5	1	1	4	1	3	1	3	3	30
64	5	1	2	3	5	4	5	1	5	4	1	3	5	44
65	5	4	2	5	3	4	4	5	5	2	1	5	5	50
66	4	4	5	3	4	5	1	3	4	2	5	2	1	43
67	5	5	2	4	2	5	4	5	3	2	5	5	3	50
68	1	3	5	4	1	4	2	1	1	5	2	4	2	35
69	3	2	5	2	3	5	4	3	5	4	4	3	2	45
70	4	5	1	4	4	2	2	5	2	1	2	1	2	35
71	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	2	3	55
72	4	5	2	2	4	4	2	3	4	3	3	1	3	40
73	3	3	5	5	1	2	3	3	4	3	4	3	5	44
74	1	4	4	2	2	1	2	3	4	3	1	1	3	31
75	1	3	1	4	2	5	3	5	1	2	5	4	5	41
76	4	2	1	2	2	4	4	4	5	4	1	2	1	36
77	5	1	5	1	3	5	2	3	5	5	3	4	3	45
78	2	4	4	5	3	1	2	1	5	3	2	5	3	40
79	1	5	2	5	1	2	3	5	4	5	3	5	5	46
80	3	3	4	4	1	1	1	1	4	2	3	1	1	29
81	4	4	3	4	4	3	4	2	4	1	1	3	5	42
82	4	5	5	4	2	4	5	2	4	3	1	4	4	47
83	2	3	4	1	5	2	5	3	5	3	1	3	3	40
84	1	1	4	2	2	2	2	2	3	2	5	4	1	31
85	5	3	5	2	1	2	2	2	5	1	5	4	4	41
86	3	2	4	1	4	5	4	4	5	5	5	4	1	47
87	3	1	5	4	2	4	1	3	1	1	4	3	4	36

88	3	3	1	3	1	3	1	3	5	3	5	4	3	38
89	1	3	4	5	4	5	2	5	1	4	2	5	4	45
90	4	4	1	1	5	5	5	2	5	5	1	5	3	46
91	1	4	3	4	2	1	3	3	2	1	1	2	3	30
92	1	3	4	3	1	2	2	2	1	4	1	5	5	34
93	5	5	2	2	3	3	3	3	5	2	4	5	3	45
94	4	1	3	4	3	3	1	4	4	4	3	2	4	40
95	2	2	3	3	2	3	1	2	1	1	2	1	3	26
96	3	3	3	2	3	2	4	3	2	2	5	2	1	35
97	2	5	4	2	4	2	5	2	4	3	4	3	2	42
98	3	5	5	3	4	5	3	5	4	1	3	4	4	49
99	3	1	1	2	2	1	1	5	5	5	5	2	2	35
100	1	5	3	1	3	5	2	3	3	4	5	4	4	43

Etika Kerja Islam

Responden	EK1	EK2	EK3	EK4	EK5	EK6	EK7	EK8	EK9	total
1	5	3	3	3	5	3	5	3	5	35
2	3	5	3	5	3	4	5	5	5	38
3	5	5	3	5	1	4	5	5	2	35
4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	40
5	5	3	4	4	5	4	4	5	4	38
6	3	4	3	4	1	4	4	1	2	26
7	3	3	4	3	5	5	2	3	4	32
8	5	5	4	5	1	3	1	2	3	29
9	4	5	5	4	5	3	4	5	5	40
10	4	5	4	5	4	5	4	1	4	36
11	3	5	4	3	1	3	2	1	1	23
12	5	3	4	3	3	5	2	5	5	35
13	5	4	3	3	1	2	1	1	2	22
14	3	3	5	4	4	5	4	5	5	38
15	3	5	4	4	5	3	4	4	2	34
16	5	4	4	4	1	4	4	5	2	33
17	3	4	3	5	4	3	1	4	2	29
18	4	5	5	5	4	3	3	4	3	36
19	3	5	3	5	5	5	4	4	5	39
20	4	5	3	5	5	4	4	5	5	40
21	4	2	3	3	4	5	3	4	5	33
22	1	5	4	3	4	5	5	5	3	35
23	5	5	5	5	5	4	4	3	3	39
24	3	2	5	3	5	3	4	4	3	32
25	2	1	4	3	3	5	3	3	3	27
26	3	4	4	3	5	3	3	4	5	34
27	5	3	5	5	5	3	3	5	5	39
28	4	5	5	3	5	5	4	3	4	38

29	2	5	5	4	3	5	5	4	4	37
30	5	2	3	4	4	5	3	5	3	34
31	3	2	3	5	3	5	4	3	3	31
32	5	5	3	5	5	5	5	5	4	42
33	4	1	4	3	5	5	5	5	4	36
34	5	1	3	4	4	5	4	5	4	35
35	5	5	4	3	3	5	5	4	3	37
36	2	2	4	5	3	5	5	3	4	33
37	3	1	5	3	5	3	3	5	3	31
38	1	5	4	5	3	5	3	5	4	35
39	4	1	3	5	5	3	5	5	4	35
40	4	1	4	4	3	4	3	5	5	33
41	2	2	3	3	5	3	3	4	5	30
42	2	3	3	4	5	3	4	3	5	32
43	3	4	3	5	5	3	4	4	3	34
44	4	4	3	5	5	5	5	5	4	40
45	4	2	5	4	5	3	5	3	5	36
46	3	2	4	5	3	4	4	3	3	31
47	2	5	5	4	4	5	3	4	4	36
48	5	5	4	3	5	3	3	4	5	37
49	2	2	4	5	3	5	4	4	4	33
50	1	3	5	3	3	3	5	5	3	31
51	4	1	4	5	4	4	4	3	3	32
52	5	2	5	5	3	4	4	3	5	36
53	1	1	5	3	3	4	4	5	3	29
54	3	5	3	5	4	4	5	3	5	37
55	2	5	3	5	4	3	3	3	4	32
56	3	3	4	4	5	4	3	4	5	35
57	1	4	4	5	5	5	5	4	5	38
58	2	3	5	3	5	4	4	4	4	34
59	3	5	5	5	3	5	5	5	3	39
60	1	5	4	4	3	4	4	5	4	34
61	1	2	4	5	5	5	4	4	5	35
62	1	3	4	5	3	3	5	3	4	31
63	2	3	5	3	3	5	5	5	3	34
64	1	2	5	4	5	5	4	5	5	36
65	2	3	5	3	4	3	4	4	3	31
66	3	1	5	4	3	3	5	5	3	32
67	4	4	5	4	5	4	3	4	5	38
68	4	1	3	4	3	5	5	4	4	33
69	3	1	5	5	5	5	3	3	4	34
70	1	5	5	4	5	4	4	5	3	36
71	1	4	4	4	4	3	5	3	5	33
72	3	3	5	4	5	3	3	4	4	34
73	1	4	4	3	5	5	3	3	4	32
74	5	3	5	5	4	4	3	4	3	36

75	3	4	3	4	5	4	3	5	5	36
76	4	5	5	3	5	4	5	3	3	37
77	5	4	3	5	4	5	3	3	3	35
78	3	3	4	5	4	4	4	5	4	36
79	2	2	4	3	5	4	5	5	5	35
80	3	4	3	4	3	4	4	3	4	32
81	3	5	4	5	5	5	4	3	5	39
82	3	4	4	2	4	3	5	5	3	33
83	5	5	4	1	2	4	3	3	3	30
84	3	5	4	4	2	4	4	3	5	34
85	4	4	4	4	5	4	4	4	3	36
86	4	4	3	1	5	3	5	4	4	33
87	3	3	4	4	5	3	3	4	5	34
88	3	5	3	1	2	3	3	3	5	28
89	4	4	5	5	1	4	3	4	4	34
90	3	5	4	5	4	3	3	3	5	35
91	4	3	5	1	4	5	4	3	4	33
92	5	4	3	4	5	4	5	4	3	37
93	4	4	4	3	1	5	4	5	4	34
94	5	5	4	2	5	5	3	5	4	38
95	3	5	3	5	2	5	5	4	3	35
96	3	3	5	4	1	3	5	3	5	32
97	3	3	3	4	4	4	5	3	4	33
98	5	5	3	2	4	4	5	3	3	34
99	5	3	5	2	5	4	4	3	3	34
100	5	4	4	4	2	5	4	4	4	36

Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*)

Responden	RI1	RI2	RI3	RI4	RI5	RI6	RI7	RI8	total
1	1	3	5	4	2	3	4	3	25
2	5	3	5	5	4	2	5	5	34
3	5	2	4	3	4	3	5	1	27
4	3	4	4	3	5	5	4	3	31
5	4	4	5	4	5	5	5	5	37
6	3	4	3	3	5	5	4	5	32
7	4	3	4	2	4	4	3	5	29
8	1	4	4	4	4	5	5	4	31
9	4	3	3	3	2	5	4	4	28
10	4	5	4	1	4	3	4	4	29
11	5	4	4	5	3	5	3	3	32
12	4	4	5	3	4	4	4	3	31
13	3	4	3	5	5	5	5	4	34
14	5	5	4	3	4	1	3	5	30

15	3	4	3	4	4	4	3	1	26
16	3	5	5	1	1	4	1	4	24
17	5	4	3	4	3	2	2	2	25
18	4	4	5	1	1	1	4	1	21
19	4	3	5	5	2	2	1	1	23
20	3	3	4	5	4	3	3	2	27
21	5	3	3	5	1	3	4	5	29
22	3	3	5	1	4	2	5	3	26
23	4	5	3	2	3	4	5	2	28
24	5	3	4	3	5	2	3	5	30
25	5	4	5	5	5	2	5	5	36
26	3	4	5	4	5	2	5	5	33
27	3	5	3	4	1	4	5	3	28
28	5	3	3	3	3	4	3	1	25
29	4	5	5	3	1	3	2	4	27
30	5	4	4	3	1	4	3	2	26
31	5	3	5	1	5	1	5	4	29
32	4	4	4	5	3	4	5	2	31
33	4	4	3	3	3	2	2	3	24
34	4	3	5	5	5	5	4	5	36
35	5	5	4	3	5	5	1	3	31
36	4	3	5	5	4	2	1	1	25
37	4	3	5	5	2	1	1	5	26
38	4	5	4	5	5	5	3	5	36
39	3	4	4	2	2	2	2	2	21
40	3	5	4	4	3	5	1	4	29
41	5	4	4	4	5	2	4	3	31
42	5	5	5	3	5	4	5	3	35
43	4	3	3	5	5	3	3	5	31
44	3	4	4	1	5	2	4	2	25
45	5	4	5	4	2	5	3	4	32
46	4	5	5	1	3	2	4	5	29
47	3	5	3	2	5	4	5	3	30
48	3	3	4	4	2	4	1	2	23
49	5	4	4	3	4	1	4	5	30
50	5	5	3	1	1	3	1	5	24
51	4	4	4	4	3	5	1	4	29
52	5	5	4	1	2	3	3	3	26
53	5	5	4	3	1	3	1	3	25
54	5	5	4	4	1	1	3	3	26
55	4	4	4	5	2	2	4	5	30
56	3	3	4	2	3	3	1	2	21
57	4	4	3	4	2	4	2	3	26

58	3	4	4	2	4	1	5	1	24
59	5	5	4	2	1	1	1	2	21
60	4	5	5	4	3	3	4	4	32
61	5	5	3	4	5	4	4	3	33
62	4	5	4	5	4	5	5	4	36
63	4	3	5	1	5	4	5	4	31
64	5	1	1	5	3	5	4	5	29
65	4	5	2	1	5	4	5	4	30
66	5	4	5	4	5	5	4	4	36
67	3	1	3	4	3	5	5	4	28
68	5	3	5	5	3	5	5	5	36
69	5	1	3	2	4	3	4	3	25
70	3	1	3	5	3	3	5	5	28
71	3	5	1	4	3	4	5	4	29
72	5	3	5	5	5	4	5	4	36
73	3	1	5	4	3	3	4	5	28
74	3	3	2	2	3	5	5	3	26
75	3	3	4	5	5	3	5	5	33
76	4	5	5	5	5	4	5	4	37
77	3	2	5	2	4	4	3	5	28
78	3	4	5	3	5	5	3	4	32
79	3	5	4	5	4	5	4	5	35
80	5	2	3	1	4	5	5	5	30
81	5	1	2	1	4	4	5	5	27
82	5	1	3	1	4	3	3	3	23
83	5	4	5	2	5	5	4	3	33
84	4	3	4	4	4	4	4	4	31
85	3	3	2	5	5	5	3	4	30
86	4	1	4	5	3	4	4	3	28
87	3	5	2	1	5	3	4	4	27
88	3	4	3	5	5	5	3	4	32
89	3	3	4	4	4	4	3	3	28
90	3	5	4	5	4	5	2	4	32
91	4	4	4	5	5	5	4	5	36
92	4	1	5	4	5	4	5	5	33
93	4	4	4	4	5	4	4	5	34
94	4	2	4	3	4	3	5	4	29
95	5	4	2	2	3	5	4	3	28
96	3	2	5	5	5	3	4	4	31
97	4	1	4	3	4	4	4	4	28
98	3	1	1	1	5	4	5	5	25
99	5	1	4	2	4	5	5	3	29
100	3	2	5	4	5	4	5	4	32

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	43.314	4.601		9.414	.000
lingkungan kerja islam	-.114	.053	-.208	-2.149	.034
etika kerja islam	-.264	.111	-.230	-2.368	.020

a. Dependent Variable: repurchase intention

$$Y = 43.314 - 0.114X_1 - 0.264X_2$$

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	43.314	4.601		9.414	.000		
lingkungan kerja islam	-.114	.053	-.208	-2.149	.034	.997	1.003
etika kerja islam	-.264	.111	-.230	-2.368	.020	.997	1.003

a. Dependent Variable: repurchase intention

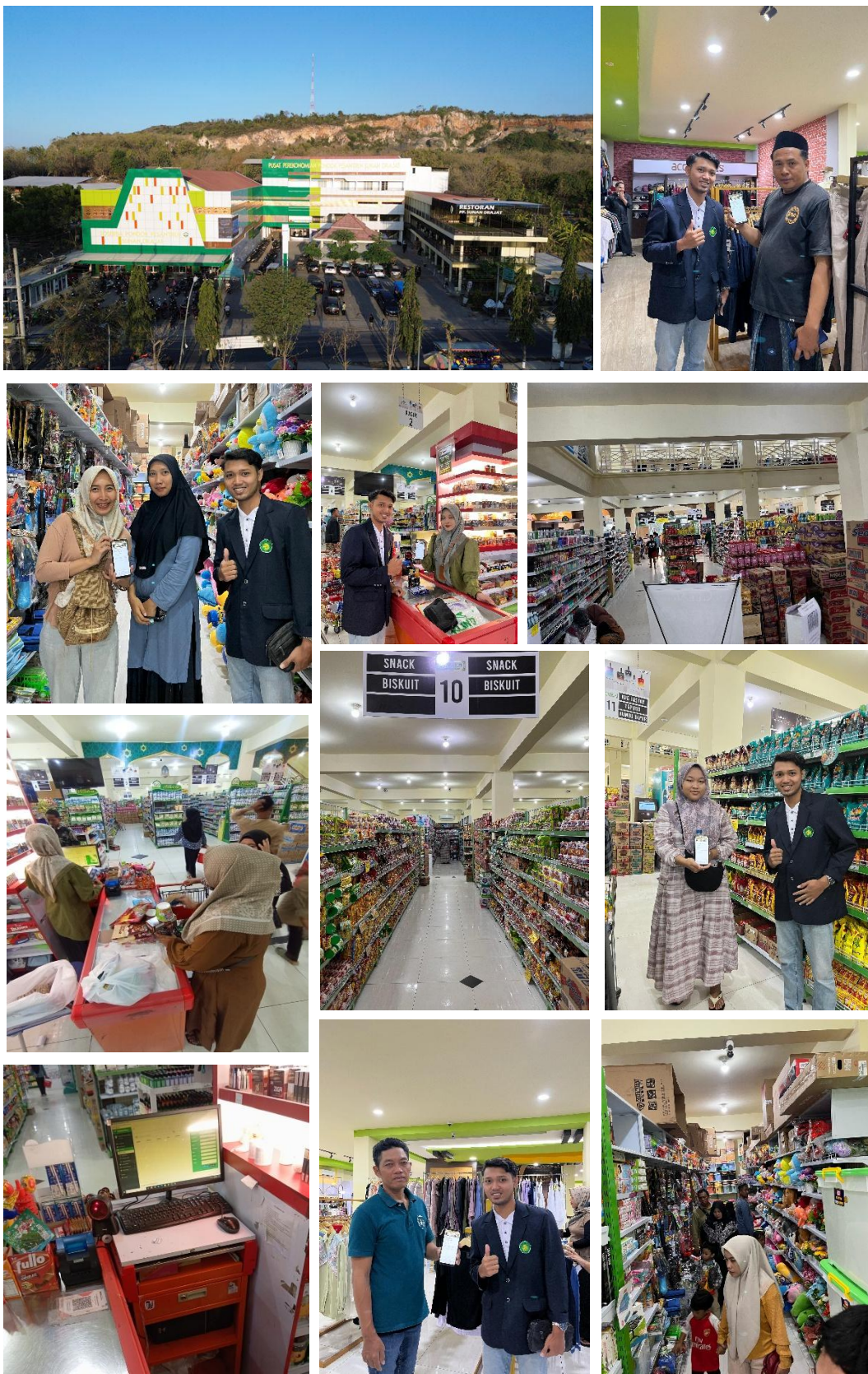
Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141.585	2	70.793	4.854	.010 ^b
	Residual	1414.655	97	14.584		
	Total	1556.240	99			

a. Dependent Variable: repurchase intention

b. Predictors: (Constant), etika kerja islam, lingkungan kerja islam

Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian



Lampiran 9 Biodata Mahasiswa

BIODATA MAHASISWA

Nama : Abdul Lathif Putra Setiawan
 NIM : 210401110018
 Tempat Tanggal Lahir : Lamongan, 23 Oktober 2002
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Agama : Islam
 Jurusan : Psikologi
 Fakultas : Psikologi
 Alamat Rumah : Jl. Raya Desa Takerharjo No 33 RT 003 RW 004
 Desa Takerharjo Kecamatan Solokuro Kabupaten
 Lamongan
 Nomor Handphone : 085755128002
 Email : 210401110018@Student.Uin-Malang.Ac.Id
Lathifputra23@gmail.com
 Riwayat pendidikan :

1. TK Muslimat NU Tanwirul Ma'arif Takerharjo
2. MI Tanwirul Ma'arif Takerharjo Solokuro
3. MTS Tanwirul Ma'arif Takerharjo Solokuro
4. MA Ma'arif 7 Ponpes Sunan Drajat Banjaranyar Banjarwati Paciran
5. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang