ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persaingan Usaha terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sidorejo Lamongan" adalah hasil penelitian lapangan dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: Apakah tingkat religiusitas dan persaingan usaha secara parsial berpengaruh terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di pasar Sidorejo Lamongan?, Apakah tingkat religiusitas dan persaingan usaha secara simultan berpengaruh terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di pasar Sidorejo Lamongan?, dan variabel mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di pasar Sidorejo Lamongan?.

Data dari penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala *likert* kepada sampel yang telah ditentukan dengan menggunakan rumus *slovin* dengan taraf kesalahan 10% yaitu sebesar 52 pedagang muslim dari 109 pedagang muslim di pasar Sidorejo Desa Takerharjo Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan. Data kemudian di uji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui keabsahan data tersebut. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Metode untuk menganalisis data menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis yang dilakukan melalui uji t dan uji F, koefisien determinasi dan koefisien beta.

Berdasarkan hasil penelitian uji t pada variabel tingkat religiusitas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,375 > 2,010) dan nilai signifikansi (0,022 < 0,05). Sedangkan uji t pada variabel persaingan usaha diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,491 > 2,010) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara tingkat religiusitas (X_1) dan persaingan usaha (X_2) terhadap variabel perilaku bisnis pedagang muslim (Y) di pasar Sidorejo Lamongan. Sementara hasil uji F secara serentak terhadap variabel tingkat religiusitas dan persaingan usaha diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (32,917 > 3,183) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka hipotesis diterima yang artinya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan variabel tingkat religiusitas (X1) dan persaingan usaha (X2) terhadap variabel perilaku bisnis pedagang muslim (Y) di pasar Sidorejo Lamongan. Berdasarkan *R square* diperoleh hasil sebesar 0,573. Hal ini menunjukkan persentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan adalah 57,3%. Sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dan dari hasil uji koefisien beta bahwa persaingan usaha merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di pasar Sidorejo Lamongan, dengan nilai koefisien beta 0,594 lebih besar dari nilai koefisien beta tingkat religiusitas 0,257 dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,022.

Bagi para pedagang muslim agar senantiasa meningkatkan religisuitas mereka dan selalu menerapkan persaingan usaha yang sehat dan adil agar perilaku bisnis yang dilakukan sesuai dengan norma-norma berbisnis dalam ajaran Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id