

**PENGARUH ETIKA BISNIS DAN ETOS KERJA TERHADAP
PERSAINGAN USAHA CV. VENICE**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
CLAREN FYORENSIA
181010217**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2022**

Judul : PENGARUH ETIKA BISNIS DAN ETOS
KERJA TERHADAP PERSAINGAN USAHA
CV VENICE

Nama : Claren Fyorensia

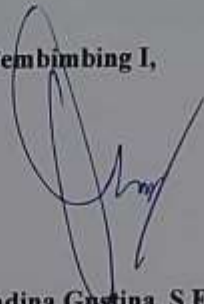
NIM : 181010217

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Ihdina Gustina, S.E., M.M.
NIDN : 0120088303

Pembimbing II,



Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
NIDN : 0127117801

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH ETIKA BISNIS DAN ETOS KERJA
TERHADAP PERSAINGAN USAHA CV VENICE
Nama : Claren Fyorensia
NIM : 181010217
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

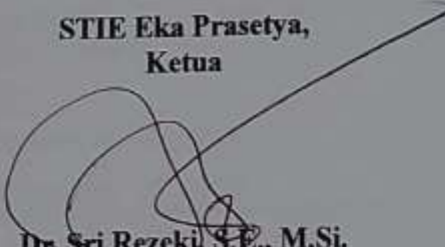
Pada 11 Juli 2022
Dewan Penguji,

Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
NIDN : 0006037202

Penguji II : Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M
NIDN : 0115088601

()
()

STIE Eka Prasetya,
Ketua


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Claren Fyorensia
NIM	181010217
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Etika Bisnis dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV Venice
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Ihdina Gustina, S.E., M.M.
Pembimbing-II	Dedy Lazuardi, S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 24 Mei 2022



Claren Fyorensia
181010217

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal dengan judul **“PENGARUH ETIKA BISNIS DAN ETOS KERJA TERHADAP PERSAINGAN USAHA CV VENICE”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Proposal ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Abidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M. sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya proposal ini.
7. Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Proposal ini.

8. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
9. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua saya yang tercinta, saudara-saudari saya serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moral, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari Proposal ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Proposal ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga Proposal ini bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 24 Mei 2022
Penulis



Claren Fyorensia
181010217

ABSTRAK

Claren Fyorensia, 181010217, 2022, Pengaruh Etika Bisnis dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M. Pembimbing II : Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Etika Bisnis dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan CV. Venice, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian sebanyak 2.520 pelanggan CV. Venice. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan Pengaruh Etika Bisnis Dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice. Ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda **Persaingan Usaha = -8,447 + 0,462 Etika Bisnis + 0,234 Etos kerja**. Hal ini memberikan arti bahwa Etika Bisnis dan Etos Kerja berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian AC Mobil Pada CV. Kilat Service dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,854 > 1,983$ dan nilai sig. t untuk variabel kualitas pelayanan $\alpha = 0,005 < 0,05$. Hasil analisis menunjukkan Secara parsial variabel Etika Bisnis secara parsial berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice dengan nilai $t_{hitung} 8,212 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara parsial variabel Etos Kerja secara parsial berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} 4,269 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan variabel Etika Bisnis dan Etos Kerja berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $97,268 > 3,09$ dan nilai sig. t untuk variabel lokasi $\alpha = 0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh 0,670. Hal ini berarti 67% persaingan usaha dapat dipengaruhi oleh variabel Etika Bisnis dan Etos Kerja sedangkan sisanya sebesar 33% persaingan usaha dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Etika Bisnis, Etos Kerja, Persaingan Usaha.

ABSTRACT

Claren Fyorensia, 181010217, 2022, The Influence of Business Ethics and Work Ethics on Business Competition CV. Venice, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I : Mrs. Ihdina Gustina, S.E., M.M. Advisor II : Mr. Dedy Lazuardi, S.E., M.M

This study aims to determine and analyze the influence of business ethics on business competition CV. Venice. To find out and analyze the influence of work ethic on business competition, CV. Venice. To find out and analyze the influence of business ethics and work ethic on business competition, CV. Venice.

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data obtained from the results of distributing questionnaires to customers CV. Venice, secondary data obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population was 2,520 customers of CV. Venice. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of this study state the influence of business ethics and work ethic on business competition CV. Venice. Shown from the results of multiple linear regression analysis Business Competition = $-8.447 + 0.462 \text{ Business Ethics} + 0.234 \text{ Work ethic}$. This means that business ethics and work ethic have an effect on business competition CV. Venice.

The results showed that partially service quality variables had a significant effect on purchasing decisions for car air conditioners at CV. Express Service with a value of $t_{count} > t_{table}$ or $2.854 > 1.983$ and a sig. t for service quality variable = $0.005 < 0.05$. The results of the analysis show that partially the Business Ethics variable has a partial effect on Business Competition CV. Venice with a t_{count} value of $8.212 > t_{table} 1.985$ and a significance of $0.000 < 0.05$. Partially, the work ethic variable partially influences the Business Competition CV. Venice with a value of $t_{count} > t_{table}$ or $t_{count} 4.269 > t_{table} 1.985$ and a significance of $0.000 < 0.05$. Simultaneously the variables of Business Ethics and Work Ethic have an effect on Business Competition CV. Venice with $F_{count} > F_{table}$ or $97.268 > 3.09$ and sig. t for the location variable = $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (Adjusted R Square) obtained is 0.670. This means that 67% of business competition can be influenced by the variables of Business Ethics and Work Ethic while the remaining 33% of business competition is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Business Ethics, Work Ethic, Business Competition.

MOTTO

**“Pengetahuan adalah senjata yang paling hebat
untuk mengubah dunia.”**

(Nelson Mandela)

Persembahan

SKRIPSI ini kupersembahkan kepada :

Tuhan Yang Maha Esa tetap memberikan jalan yang benar kepadaku supaya menjadi pribadi yang lebih baik. Terima kasih banyak.

Juga untuk kedua orang-tuaku yang selalu membantuku dan menyayangiku serta selalu memberikan dorongan semangat setiap saat dalam kondisi yang bagaimanapun juga, tidak lelah dalam memotivasiku untuk menyelesaikan skripsi.

Untuk teman-teman seangkatanku yang juga sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi agar lulus bersama, yang kadang ditemani tawa, canda, dan susahnyanya mengejar waktu. Terima kasih dan mari kita lulus bersama-sama.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... iv

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

MOTTO..... viii

PERSEMBAHAN..... ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL..... xiv

DAFTAR GAMBAR..... xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Identifikasi Masalah 9

1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah	10
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Masalah Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	12
2.1. Tinjauan Teori `.....	12
2.1.1. Persaingan Usaha	12
2.1.1.1. Pengertian Persaingan Usaha	12
2.1.1.2. Bentuk Persaingan Usaha	13
2.1.1.3. Indikator Struktur Persaingan Usaha	15
2.1.2. Etika Bisnis.....	16
2.1.2.1. Pengertian Etika Bisnis	16
2.1.2.2. Tujuan Etika Bisnis.....	18
2.1.2.3. Perilaku Fundamental Berhubungan Dengan Etika Bisnis	18
2.1.2.4. Indikator Etika Bisnis	19
2.1.3. Etos Kerja.....	21
2.1.3.1. Pengertian Etos Kerja	21

2.1.3.2. Prinsip Etos Kerja	22
2.1.3.3. Faktor-faktor Mempengaruhi Etos Kerja	24
2.1.3.4. Indikator Etos Kerja	25
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Kerangka Konseptual	28
2.4. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.2. Jenis dan Sumber Data Penelitian	30
3.2.1. Jenis Data	30
3.2.2. Sumber Data	30
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.3.1. Populasi	31
3.3.2. Sampel	31
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel.....	33
3.6.1. Uji Validitas	33

3.6.2. Uji Reliabilitas	33
3.7. Uji Asumsi Klasik	34
3.7.1. Uji Normalitas.....	34
3.7.2. Uji Multikolinieritas	36
3.7.3. Uji Heteroskedastisitas	36
3.8. Analisis Linear Berganda.....	37
3.9. Uji Hipotesis	38
3.9.1. Uji secara Parsial (Uji t)	38
3.9.2. Uji secara Simultan (Uji F)	39
3.9.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.2 Uraian Struktur Organisasi Perusahaan	50
4.1.3 Deskripsi Responden.....	56
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian	57
4.1.4.1 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan sebagai	
Variabel X_1	57
4.1.4.2 Deskripsi Variabel Penetapan Harga sebagai	
Variabel X_2	59

4.1.4.3 Deskripsi Variabel <i>Personal Selling</i> sebagai	
Variabel X_3	60
4.1.4.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan sebagai	
Variabel Y	62
4.1.5 Pengujian Instrumen Penelitian.....	64
4.1.5.1 Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas	
Pelayanan	64
4.1.5.2 Uji Validitas Instrumen Variabel Penetapan Harga.....	65
4.1.5.3 Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Personal Selling</i>	66
4.1.5.4 Uji Validitas Instrumen Variabel Kepuasan	
Pelanggan	68
4.1.5.5 Uji Reliabilitas.....	69
4.1.6 Uji Asumsi Klasik	70
4.1.6.1 Uji Normalitas	70
4.1.6.2 Heteroskedastisitas.....	72
4.1.6.3 Uji Multikolinearitas.....	73
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
4.1.8 Uji Hipotesis	75
4.1.8.1 Uji t	75
4.1.8.2 Uji F	77
4.1.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	78
4.2 Pembahasan.....	78

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN 83

5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Implikasi Manajerial.....	84
5.3 Saran Akademis.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Velg dan Ban Mobil	3
Tabel 1.2 Data Penjualan	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	29
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Nilai Responden Uji Validitas dan Reabilitas
Variabel Kualitas Pelayanan (X1)
- Lampiran 3 Nilai Responden Uji Validitas dan Reabilitas
Variabel Penetapan Harga (X2)
- Lampiran 4 Nilai Responden Uji Validitas dan Reabilitas
Variabel *Personal Selling* (X3)
- Lampiran 5 Nilai Responden Uji Validitas dan Reabilitas
Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
- Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 7 Data Nilai Variabel Kualitas Pelayanan (X1)
- Lampiran 8 Data Nilai Variabel Penetapan Harga (X2)
- Lampiran 9 Data Nilai Variabel *Personal Selling* (X3)
- Lampiran 10 Data Nilai Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
- Lampiran 11 Jawaban Responden
- Lampiran 12 Hasil Output SPSS
- Lampiran 13 Tabel t_{tabel}
- Lampiran 14 Tabel F_{tabel}
- Lampiran 15 Tabel R^2

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kegiatan bisnis tiap tahunnya berkembang sehingga persaingan yang muncul juga semakin banyak. Dunia usaha selalu bersaing kuat kuat sehingga mengakibatkan para pelaku bisnis mencari strategi yang tepat untuk memasarkan dan menawarkan produknya. Pebisnis ini selalu kewalahan dalam menghadapi persaingan yang terjadi di perusahaan disebabkan persaingan ini berasal dari perusahaan sejenisnya yang menawarkan produk sama dengan merek yang berbeda mengakibatkan konsumen memiliki banyak peluang untuk memilih dan memiliki produk. Banyaknya persaingan yang dihadapi perusahaan mengakibatkan penjualan menurun atau naik turun tiap bulannya.

Persaingan penjualan yang dihadapi perusahaan ini akan mendorong pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dalam mempertahankan pelanggan. Kemenangan bersaing dalam dunia usaha khususnya bertahan dan merebut pasar yang ada sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki kesanggupan beradaptasi dalam lingkungan usaha maka perusahaan menerapkan etika bisnis. Dalam etika bisnis menganut empat keutamaan berbisnis mencakup kejujuran, *fairness*, kepercayaan, dan keuletan. Kejujuran yang dimaksudkan adalah adanya keterbukaan dan kebenaran. *Fairness* (sikap wajar) ialah sikap wajar terhadap siapapun dalam kesediaan pemberian apapun yaitu apa yang dapat disetujui pihak yang melibatkan diri pada transaksi.

Kepercayaan (*trust*) disesuaikan pada hubungan timbal balik. Pebisnis yang menerapkan keutamaan ini dapat mengandaikannya pada mitra usahanya memiliki hal yang sama. Berlawanan pengandaian ini pada mitra usahanya dalam pemberian keyakinan yang bersifat *bonafide*, sebagaimana dirinya bersifat *bonafide* juga terhadap mereka. Sedangkan keuletan maksudnya pengusaha mempertahankan diri dalam kebanyakan keadaan sulit (Widyartono, Tyra dan Sarjono, 2017).

Pelaku bisnis bukan menghadapi masalah persaingan bisnis dan rendahnya penerapan etika bisnis juga menghadapi masalah yang berhubungan dengan kebiasaan kerja karyawan. Karyawan ini termasuk salah satu ciri nyata dalam pengelolaan perusahaan. Karyawan yang dibutuhkan perusahaan berkompeten dan memiliki etos kerja dalam setiap bidangnya maupun memberikan dampak baik bagi pertumbuhan perusahaan. Adapun karyawan tidak berkompeten ataupun kinerjanya menurun sehingga tujuan perusahaan terhambat bahkan merugikan perusahaan. Etos kerja ini merupakan sikap, pandangan, kebiasaan, ciri atau sifat seseorang dalam bekerja. Etos kerja tinggi pada rutinitas pekerjaan dalam perusahaan tidak menghadapi kebosanan, bahkan pencapaian peningkatan prestasinya dalam bekerja disebabkan rutinitas kerja ini akan membentuk pengalaman dalam hal membuat kesanggupan dalam bekerja semakin terarah. Hal ini menjadi dasar etos kerja tinggi diantaranya keinginannya menjunjung ketinggian kualitas pekerjaan, maka karyawan beretos kerja tinggi turut memberikan masukan ide di tempat kerjanya.

Perusahaan yang menghadapi masalah persaingan ini adalah CV. Venice. Perusahaan ini bergerak di bidang distributor penjualan ban tubeles mobil yang bermerek Accelera dan Forceum serta pelak ban mobil merek HSR. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya tidak terlepas dari persaingan perusahaan sejenis yang menjual ban tubeles mobil merek lain seperti Achilles, Bridgestone dan Goodyear. Banyaknya pesaing tidak menjadi penyebab untuk mundur, melainkan lebih memikirkan kembali dan mengupayakan hal yang sebenarnya diharapkan atau diinginkan pelanggan. Pelanggan merasa puas termasuk salah satu aset berharga bagi perusahaan, karena mampu memberikan keuntungan yang diperlukan perusahaan guna mempertahankan kelangsungan hidupnya, kesejahteraan karyawan, pengembangan usaha, dan melakukan berbagai kegiatan berupa kepedulian kepada masyarakat.

CV. Venice Medan menawarkan produk ban tubeles mobil yang bermerek Accelera dan Forceum serta pelak ban mobil merek HSR. Hasil pemantauan penulis untuk velg dan ban mobil CV. Venice Medan dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya yang ada pada Tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Velg dan Ban Mobil
CV. Venice Medan Dan Perusahaan Pesaing
Periode Januari s/d Desember 2021

No	CV. Venice Medan	Perusahaan Pesaing
	Velg Merek	
1	HSR	BBS, Konig, Enkei, Rojam, KMC
	Ban Mobil Merek	
1	Accelera	Achilles, Bridgestone
2	Forceum	Goodyear

Sumber : hasil pemantauan, penulis

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa persaingan yang dihadapi CV. Venice dari perusahaan pesaing sejenisnya khususnya perusahaan yang menjual velg (BBS, Konig, Enkei, Rojam, KMC) dan ban tubeles mobil merek lain seperti Achilles, Bridgestone dan Goodyear. Velg perusahaan bermerek HSR Wheel ini termasuk brand velg asli Indonesia yang sudah berdiri sejak tahun 2013 yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan para pecinta mobil yang gemar modifikasi dan menginginkan velg berkualitas. HSR Wheel juga sudah diakui kualitasnya oleh Standar Nasional Indonesia (SNI) dari Badan Standarisasi Nasional (BSN). HSR Wheel juga hadir dengan variasi desain dan model sekarang ini terus mengikuti perkembangan zaman. Tersedia juga varian berukuran velg ring 14 sampai ring 20. Sedangkan velg pesaing seperti BBS ini memelopori pengembangan roda balap tiga bagian, sebuah revolusi dalam desain motorsport dan BBS ini tersedia dari ukuran ring 15,16, 17 dan 19 inch. Konig lumayan terkenal konig ampliform termasuk velg racing import yang baik dari Amerika dan sekarang ini China telah memproduksi. Velg konig Ampliform tersedia berukuran ring 15 sampai 22 memiliki harga relatif murah. Velg enkei mendapat pengakuan secara internasional berdesain dan berkualitas baik serta dapat dipergunakan dalam berbagai kondisi. Desain dan bentuknya bagus, kokoh, nyaman dan minim akan jamur mengakibatkan kualitas dari Enkei sendiri tidak perlu diragukan. Velg Enkei ini dapat dipergunakan untuk jangka waktu sangat panjang dengan kualitas warnanya tetap terjaga. Rojam cukup terkenal dengan Rojam Slve Black Transparant dibuat secara casting dan dapat langsung plug and play untuk beberapa jenis mobil. Amerika telah memproduksi KMC dengan

kualitas berstandar Internasional yang mempunyai finishing rapi menjadikan mereknya memiliki desain dan bentuk yang bagus, kokoh, nyaman dan minim akan masuknya jamur.

Ban Accelera perusahaan memiliki tampilan yang elegan dari segi desainnya, tidak hanya model ban phi terkenal, dari segi kualitas ban ini memiliki kualitas daya cengkam yang kuat dan durabilitas yang baik. Seri ban Accelera mempunyai model ban berjenis sport sangat sesuai untuk sehari-hari. Adapun saingan bannya seperti Achilles termasuk salah satu ban sering berinovasi baru. Kualitas dari merek ban ini telah banyak digunakan pembalap mobil kelas dunia. Bridgestone termasuk salah satu ban mobil berkualitas tinggi dan banyak mempergunakan lembar cord sebagai rangka dari ban. Ban ini memiliki lekukan dan lebih stylish serta fungsional sehingga ban tidak mudah licin.

Ban forceum perusahaan mempunyai kinerja dan pengereman lebih baik sehingga lebih stabil pada kecepatan tinggi sekaligus kemampuan memberikan atraksi lebih sempurna pada keadaan permukaan jalan yang basah maupun kering. Produk ban ini memiliki low noise, bisa membuat hemat BBM dan tentu ramah lingkungan dan berstandar Internasional. Goodyear termasuk ban mobil yang sering menyajikan berbagai tipe dan model ban. Merek ban mobil Goodyear dapat memberikan kinerja mobilmu lebih apik. Model ban Goodyear terbaru ini diklaim mempunyai kesanggupan daya cengkam yang kuat meski di jalan basah.

Perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasarnya akan menghasilkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan hadiah, diskon kepada pelanggan sebagai pengurangan dari harga belinya. Namun pemberian hadiah dan diskon

kepada pelanggan masih kurang dilaksanakan perusahaan sehingga pelanggan sering kecewa akibat harga belinya mahal daripada ban tubeles saingannya. Perusahaan juga akan memperlihatkan kepedulian kepada pelanggannya. Perusahaan berupaya mempertahankan pelanggannya dan memiliki citra positif di mata konsumen dengan menerapkan perilaku etis dalam berbisnis dikenal dengan etika bisnis.

Kegiatan etika bisnis yang dilakukan pihak manajemen kurang baik yang berdampak pada pelanggan merasa kurang puas. Peningkatan intensitas persaingan dan jumlah pesaing mengharuskan perusahaan untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berupaya memenuhi harapan konsumen dengan cara melayani yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing. Perusahaan kurang menerapkan etika bisnis dalam menghadapi persaingan sehingga pelayanan yang diberikan perusahaan masih kurang baik dan mengakibatkan pelanggan menjadi kecewa. Kepuasan diperoleh konsumen tidak dapat dilepaskan dari penerapan etika bisnis dalam menjalankan bisnisnya.

Adapun pihak perusahaan melaksanakan etika bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku. Berdasarkan indikator ini pimpinan perusahaan dikatakan beretika baik dalam bisnisnya dimana pimpinan telah memenuhi aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya. Perusahaan selalu memiliki tanggung jawab atas produk ban dan velg yang dijualnya dimana perusahaan memperhatikan dan mempertimbangkan keselamatan konsumen menggunakan produk yang dijualnya. Produk ban dan velg juga merupakan produk original dikarenakan pimpinan sangat mengutamakan kepercayaan para pelanggannya.

Adapun beberapa bentuk pelanggaran yang terjadi dalam kegiatan etika bisnis yang terjadi CV. Venice Medan ini terutama pada pelayanan karyawan kepada pelanggan yang melakukan klaim retur ban atau velg disebabkan kelalaian karyawan dalam mengantar ukuran ban yang salah dan proses tanggapan returannya lambat hingga berminggu-minggu untuk disetujui returannya. Karyawan yang menangani retur pelanggan beberapa orang sehingga membutuhkan waktu lama dalam proses klaimnya. Karyawan bagian pengiriman barang khususnya bagian gudang kurang cermat sehingga terjadi kesalahan pengambilan produk. Karyawan bagian gudang sering terjadi *turnover* digantikan karyawan baru kurang memahami jenis dan ukuran produk. *Turnover* karyawan bagian gudang disebabkan tidak adanya promosi jabatan, insentif dan kenaikan gaji rendah.

Perusahaan memberikan pelayanannya kepada pelanggan ini berhubungan dengan etos kerja karyawan. Etos kerja ini berhubungan dengan nilai kejiwaan seorang karyawan dalam menjalankan kebiasaan positif pada saat bekerja yang ditunjukkan dari sikap dan perilaku hasil kerjanya. Melalui etos kerja ini karyawan dapat dinilai kemampuan bekerja di perusahaan berkualitas rendah atau tinggi. Namun karyawan di perusahaan ini masih banyak memiliki etos kerja rendah mengakibatkan timbul beberapa keluhan pelanggan seperti lambat menangani masalah pengiriman ban, retur ban hingga lambat menangani keluhan pelanggan.

Untuk lebih detailnya dapat disajikan pada Tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Penjualan
CV. Venice Medan
Tahun 2016 - 2020

Tahun	Target Penjualan (Rp)	Realisasi Penjualan (Rp)
2016	3.300.000.000	3.185.560.000
2017	3.300.000.000	3.285.000.000
2018	3.300.000.000	2.848.500.000
2019	3.300.000.000	2.310.000.000
2020	3.300.000.000	2.155.000.000

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas menunjukkan penjualan menurun beberapa bulan terakhir ini dikarenakan kualitas kerja karyawan menurun yang ditunjukkan adanya penjualan yang tidak mencapai target penjualan. penurunan penjualan yang tidak mencapai target.

Etos kerja karyawan di CV. Venice termasuk rendah disebabkan kurangnya semangat kerja, keinginan karyawan dalam menjunjung tinggi mutu pekerjaan kurang dimana sering terjadi kesalahan pengambilan produk dan kecemburuan dalam perolehan hak sering terjadi. Hal ini masih terdapat beberapa karyawan sering merasa ketidakpuasan terhadap insentif yang diterimanya dimana insentif yang diberikan perusahaan kepada karyawan berbeda-beda jumlahnya. Hal ini menimbulkan dampak negatif terhadap karyawan sehingga penurunan etos kerja pada akhirnya kemudian menurunkan kinerjanya. Penurunan kinerja karyawan ini sebagai petanda kerja adalah titipan/amanah kuang sesuai indikatornya dimana pelaksanaan pekerjaan tidak dengan penuh tanggungjawab.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada mendorong peneliti membahasnya lebih mendalam mengenai **“PENGARUH ETIKA BISNIS DAN ETOS KERJA TERHADAP PERSAINGAN USAHA CV. VENICE”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Disinyalir persaingan usaha dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Persaingan yang dihadapi CV. Venice dari perusahaan pesaing sejenisnya khususnya perusahaan yang menjual velg (BBS, Konig, Enkei, Rojam, KMC) dan ban tubeles mobil merek lain seperti Achilles, Bridgestone dan Goodyear.
2. Perusahaan kurang menerapkan etika bisnis dalam menghadapi persaingan sehingga pemberian pelayanan oleh perusahaan masih kurang baik dan mengakibatkan pelanggan menjadi kecewa.
3. Karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan yang melakukan klaim retur ban atau velg disebabkan kelalaian karyawan dalam mengantar ukuran ban yang salah, ada beberapa ban atau velg yang tidak memenuhi standar dan proses tanggapan returannya lambat hingga berminggu-minggu untuk disetujui returannya.
4. Karyawan bagian gudang sering terjadi *turnover* digantikan karyawan baru kurang memahami jenis dan ukuran produk.
5. Etos kerja karyawan di CV. Venice termasuk rendah disebabkan kurangnya semangat kerja, keinginan karyawan untuk menjunjung tinggi mutu pekerjaan kurang dimana sering terjadi kesalahan pengambilan produk dan kecemburuan dalam perolehan hak sering terjadi. Hal ini masih terdapat beberapa karyawan sering merasa ketidakpuasan terhadap insentif yang diterimanya dimana insentif yang diberikan perusahaan kepada karyawan berbeda-beda jumlahnya.

1.3.Batasan Masalah

Peneltii memiliki keterbatasan pada waktu dan dana dimilikinya sehingga pembatasan masalah penelitian pada Pengaruh Etika Bisnis dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah ada Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice?
2. Apakah ada Pengaruh Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice?
3. Apakah ada Pengaruh Etika Bisnis dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Etika Bisnis dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mampu menghadapi persaingan dengan cara lebih menerapkan etika bisnis dan etos kerja.
2. Bagi Akademik, penelitian ini menjadi harapan dapat dipergunakan sebagai bahan referensi penelitian yang akan dilakukan oleh siapa yang ingin mengkaji persoalan yang relevan dengan hasil penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1. Persaingan Usaha

2.1.1.1 Pengertian Persaingan Usaha

Menurut Poernomowati (2021:96), Persaingan usaha adalah kondisi dimana terdapat dua pihak (pelaku usaha) atau lebih berusaha untuk saling mengungguli dalam mencapai tujuan yang sama dalam suatu usaha tertentu.

Menurut Sari (2017:135-136), Persaingan yang didasarkan pada pelanggan, dengan kata lain pesaing didefinisikan sebagai perusahaan yang berkompetisi untuk memperebutkan konsumen yang sama.

Menurut Azizah (2020:9-10), Persaingan usaha yang sehat merupakan salah satu kunci sukses bagi sistem ekonomi pasar yang wajar. Dalam implementasinya, hal tersebut diwujudkan dalam dua hal, yaitu melalui penegakan hukum persaingan usaha dan melalui kebijakan persaingan yang kondusif terhadap perkembangan sektor ekonomi.

Menurut Citrawinda (2021:7-8) Persaingan usaha adalah salah satu faktor penting dalam menjalankan roda perekonomian suatu negara. Persaingan ushaa (persaingan) dapat mempengaruhi kebijakan yang berkaitan dengan perdagangan, industri, iklim usaha yang kondusif, kepastian dan kesempatan berusaha, efisiensi, kepentingan umum, kesejahteraan rakyat dan lain sebagainya.

Menurut Poernomowati (2021:96-97), Dilibat dari segi ekonomi, pengertian persaingan atau *competition* adalah :

1. Merupakan suatu bentuk struktur pasar, dimana jumlah perusahaan yang menyediakan barang di pasar menjadi indikator dalam menilai bentuk pasar seperti persaingan sempurna, jumlah pihak yang banyak dalam bersaing (*perfect competition*), oligopoli (adanya beberapa pesaing besar).
2. Suatu proses dimana perusahaan saling berlomba dan berusaha untuk merebut konsumen atau pelanggan untuk dapat menyerap produk barang dan jasa yang mereka hasilkan, dengan cara :
 - a. Menekan harga (*price competition*).
 - b. Persaingan bukan terhadap harga (*non price competition*) melalui deferensial produk, pengembangan HAKI, promosi/iklan, pelayanan purna jual.
 - c. Berusaha untuk lebih efisien (*low cost production*).

Menurut Idayanti (2022:117) Persaingan dalam dunia bisnis merupakan salah satu bentuk perbuatan yang dapat mendatangkan keuntungan atau menimbulkan kerugian.

Berdasarkan pendapat di atas persaingan usaha adalah suatu kondisi dimana dua pihak (pelaku usaha) yang berkompetisi untuk memperebutkan konsumen yang sama dalam mendapatkan keuntungan atau menimbulkan kerugian

2.1.1.2. Bentuk Persaingan Usaha

Menurut Gitosudarmo (2017:164-165), Sehubungan perebutan pasar yang berupa persaingan tersebut dapat membedakan beberapa bentuk persaingan yaitu :

1. Bentuk persaingan sempurna merupakan bentuk persaingan dimana terdapat sangat banyak pengusaha yang terjun di pasar untuk melayani suatu produk tertentu dan pada umumnya pengusaha yang terjun di pasar adalah pengusaha-pengusaha kecil. Dengan sangat banyaknya pengusaha yang bersaing maka seperti telah diuraikan di atas persaingan harga akan sangat tajam. Bentuk persaingan ini sangat tidak disenangi oleh para pengusaha.
2. Bentuk persaingan monopolistik merupakan bentuk di mana pengusaha yang terjun dalam kancah persaingan tidak terlalu banyak sehingga dalam hal ini pengusaha dapat menanamkan pengaruhnya kepada konsumen. Pengusaha dapat mempengaruhi konsumen dengan alat-alat pemasarannya (*Marketing Mix*) yang lain dan tidak hanya semata-mata dengan harga saja.
3. Bentuk persaingan yang selanjutnya merupakan posisi persaingan yang lebih tinggi lagi bagi pengusaha yang mampu untuk meraihnya yaitu persaingan oligopoli. Dalam persaingan ini hanya ada sedikit saja jumlah pengusaha yang bergerak di pasar dan pada umumnya merupakan perusahaan besar. Dalam kondisi ini penggunaan harga sebagai alat persaingan sangat minim atau marginal. Persaingan akan berlangsung terutama dengan menggunakan alat-alat non harga seperti kualitas produk, bentuk bungkus merek dagang, promosi serta distribusi yang lebih memuaskan para konsumennya.

4. Bentuk persaingan yang terakhir adalah bentuk persaingan monopoli. Dalam hal ini hanya ada satu pengusaha yang merupakan satu-satunya perusahaan yang melayani kebutuhan seluruh masyarakat dan karena hanya ada satu maka tentu saja akan merupakan perusahaan yang sangat besar atau raksasa.

2.1.1.3. Indikator Persaingan Usaha

Indikator Persaingan Usaha Menurut Hummel dan Savitt (1998:5-21) dan Homburg, dkk., (2002:86-101) yaitu :

1. Jumlah kompetitor
2. Tingkat pertumbuhan pasar
3. Ketidakpastian permintaan

Menurut Azizah (2020:64) Terdapat tiga indikator untuk terkategori telah terjadi persaingan usaha tidak sehat, yaitu :

1. Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara tidak jujur dapat dilihat dari cara pelaku usaha dalam bersaing dengan pelaku usaha lain. Misalnya dalam persaingan tender, para pelaku usaha telah melakukan konspiraasi usaha dengan panitia lelang untuk dapat memenangkan sebuah tender. Sehingga pelaku usaha lainnya tidak mendapat kesempatan untuk memenangkan tender tersebut.
2. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum dapat dilihat dari cara pelaku usaha dalam bersaing dengan pelaku usaha lain.

Dengan melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku atau peraturan yang telah disepakati. Kondisi seperti ini dapat dilihat seperti pelaku usaha yang mendapatkan fasilitas-fasilitas khusus. Praktik seperti ini telah lazim ditemukan pada praktik persaingan usaha pada masa Orde Baru hingga sekarang. Contoh yang selalu ditemukan adalah terdapat pelaku usaha yang bebas pajak atau bea cukai, dan sebagainya. Demikian juga dengan pelaku usaha yang dapat mengikuti persaingan dengan pelaku usaha lain dengan melanggar aturan-aturan, seperti pelaku usaha yang boleh ikut bersaing dalam usaha tender. Padahal ia tidak memenuhi persyaratan kualifikasi yang telah ditetapkan panitia tender.

3. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan diantara pelaku usaha. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan di antara pelaku usaha melihat kondisi pasar yang tidak sehat. Dalam pasar yang dimaksud, mungkin tidak terdapat kerugian pada pesaing lain, dan para pelaku usaha juga tidak mengalami kesulitan. Namun perjanjian yang dilakukan pelaku usaha menjadikan pasar bersaing secara tidak kompetitif.

2.1.2 Etika Bisnis

2.1.2.1 Pengertian Etika Bisnis

Menurut Hermawan dan Hanum (2020:2), etika bisnis adalah suatu tindakan dalam berbisnis yang memperhatikan dan menggunakan aspek norma, moralitas dan agama.

Menurut Sunyoto dan Putri (2016:13-14), etika bisnis merupakan kerangka pikir yang menjadi dasar bagi pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatannya, baik yang bersumber pada akhlak, standar moral, adat istiadat yang terpelihara dalam masyarakat, maupun yang bersumber dari peraturan, baik tertulis maupun tidak tertulis, yang diyakini menjadi standar yang ideal dan berlaku universal dalam pengelolaan bisnis.

Menurut Bahri (2020:190) Etika bisnis merupakan sesuatu yang akan mengendalikan dan juga membatasi perilaku-perilaku seorang pengusaha baik dalam hal kompetisi maupun perumusan sekaligus penerapan strategi-strategi bisnis agar tidak sampai keluar jalur dari norma-norma sosial, budaya dan terutama ajaran agama yang memang mutlak mendasari setiap pergerakan dan cara pandang manusia.

Menurut Zamzam dan Aravik (2020:4) Etika bisnis merupakan aturan-aturan main yang berhubungan erat dengan norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku di dalam masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang melakukan aktivitas bisnis yang di dalamnya terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta.

Menurut Dharmawati (2016:121) Etika bisnis menyangkut usaha membangun kepercayaan antara anggota masyarakat dengan perusahaan dan ini merupakan elemen sangat penting buat suksesnya suatu bisnis dalam jangka panjang.

Berdasarkan pendapat di atas etika bisnis adalah aturan-aturan main yang berhubungan erat dengan tindakan dalam berbisnis yang memperhatikan dan

menggunakan aspek norma, moralitas dan agama guna mencapai suksesnya suatu bisnis dalam jangka panjang.

2.1.2.2. Tujuan Etika Bisnis

Menurut Sunyoto dan Putri (2016:38), Adapun beberapa tujuan pelaku bisnis menerapkan etika dalam menjalankan aktivitasnya antara lain adalah :

1. Meningkatkan keunggulan bersaing.
2. Melindungi kebebasan berbisnis.
3. Mengurangi biaya.
4. Menghindari sengketa dan sanksi sosial.

Menurut Hermawan dan Hanum (2020:5), Tujuan etika bisnis adalah untuk menjalankan dan menciptakan sebuah bisnis seadil mungkin serta menyesuaikan hukum yang sudah dibuat. Selain itu, juga dimaksudkan untuk menghilangkan ketergantungan pada sebuah kedudukan individu maupun perusahaan.

2.1.2.3 Perilaku Fundamental Berhubungan Dengan Etika Bisnis

Menurut Dharmawati (2016:122-123), Apabila dilihat perilaku fundamental yang berhubungan dengan etika di masyarakat dan berlaku sepanjang masa di semua etnis adalah :

1. Sopan santun, selalu bicara benar, terus terang, tidak menipu, tidak mencuri.
2. Integritas, memiliki prinsip, hormat, jangan dua muka.
3. Jaga janji, bisa dipercaya bila berjanji, amanah, jangan mau menang sendiri.

4. *Fidelity*, benar dan loyal pada keluarga, teman, jangan menyembunyikan informasi yang tidak perlu dirahasiakan.’
5. *Fairness*, berlaku fair dan terbuka komit pada kedamaian, jika salah jangan tetap bertahan, tapi cepat mengakui kesalahan, perlakuan sama pada setiap orang, toleran.
6. *Caring for others*, perhatian, baik budi, ikut andil, tolong siapa yang memerlukan.
7. *Respect for others*, menghormati hak-hak orang lain, privacy, beri pertimbangan pada orang lain yang dianggap berguna, jangan berprasangka.
8. *Responsible citizenship*, patuh pada undang-undang dan peraturan yang berlaku, jika menjadi pemimpin harus bersifat terbuka dan menolong, pursuit of excellence, berbuatlah yang terbaik disegala kegiatan, dalam pertemuan, tanggungjawab, rajin, komit, tingkatkan kompetensi dalam segala bidang, jangan mau menang sendiri.
9. *Accountability*, bertanggungjawab dalam segala perbuatan terutama dalam mengambil keputusan.

2.1.2.4 Indikator Etika Bisnis

Menurut Hermawan dan Hanum (2020:13), dalam pandangan sempit, suatu perusahaan dianggap telah melaksanakan etika bisnis bila mana perusahaan yang bersangkutan telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Dari berbagai pandangan tentang etika bisnis, beberapa indikator yang dapat dipakai untuk menyatakan apakah

seseorang atau perusahaan telah melaksanakan etika bisnis dalam kegiatan usahanya antara lain :

1. Indikator etika bisnis menurut ekonomi adalah apabila perusahaan atau pebisnis telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.
2. Indikator etika bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku. Berdasarkan indikator ini seseorang pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis memenuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.
3. Indikator etika bisnis menurut hukum. Berdasarkan indikator hukum seseorang atau suatu perusahaan dikatakan telah melaksanakan etika bisnis apabila seorang pelaku bisnis telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.
4. Indikator etika berdasarkan nilai agama. Pelaku bisnis dianggap beretika apabila dalam melaksanakan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai agama yang dianutnya.
5. Indikator etika berdasarkan nilai budaya. Setiap pelaku bisnis baik secara individu maupun perusahaan telah menyelenggarakan kegiatan bisnisnya dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada di sekitar operasi suatu perusahaan daerah dan suatu bangsa.
6. Indikator etika bisnis menurut masing-masing individu adalah apabila masing-masing pelaku bisnis bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritasnya pribadinya.

2.1.3 Etos Kerja

2.1.3.1 Pengertian Etos Kerja

Menurut Desmon (2016:7) Etos kerja adalah semangat kerja yang menjadi ciri khas seseorang atau sekelompok orang yang bekerja, yang berlandaskan etika dan perspektif kerja yang diyakini dan diwujudkan melalui tekad dan perilaku konkret di dunia kerja.

Menurut Setyawan dan Supriyanto (2019:158) Etos kerja adalah perilaku positif yang timbul sebagai akibat dari keyakinan tentang nilai, baik kerja itu sendiri. (*Ethos is guiding beliefs of a person, group or institution*). Jadi etos kerja adalah konsep tentang kerja atau paradigma kerja yang diyakini oleh seseorang atau kelompok orang sebagai baik dan benar yang diwujudkan secara khas dalam perilaku kerja mereka.

Menurut Sepmady (2021:4) Etos kerja bisa diartikan sebagai suasana khas (budaya) bekerja dalam suatu kelompok yang dilandasi pada suatu sistem nilai yang fungsional. Dalam hal ini menyangkut moral yang baik (sikap dan sifat) yang telah membudaya di dalam menjalankan kerja. Dengan demikian ethos kerja akan menjadi perilaku positif yang telah membudaya dalam suatu komunitas atau institusi yang menggerakkan atau memberi spirit kepada mereka dalam menjalankan kerja. Ethos adalah suatu karakteristik dari semangat satu atau sekelompok orang. Maka yang disebut ethos adalah gabungan dari filosofi dasar, pemikiran dan tindakan dari orang atau kelompok tersebut. Ethos kerja adalah dasar pemikiran, semangat, cara kerja seseorang atau sekelompok orang di dalam ia bekerja.

Menurut Sinaga, dkk., (2020:71) Etos kerja merupakan pandangan, sikap, kepribadian, watak, karakter serta keyakinan atas sesuatu yang mendasar yang dimiliki seseorang atau kelompok tertentu mengenai bekerja yang direfleksikan dalam kehidupan nyata untuk meraih hasil atau prestasi hidup yang lebih baik dari keadaan sebelumnya.

Menurut Ismainar (2018:169) Etos kerja adalah energi positif yang tercipta dari seseorang yang pada akhirnya menciptakan sebuah semangat baru dalam pekerjaannya. Etos kerja dimaknai sebagai penilaian prestasi kerja, ketekunan dalam bekerja, kedisiplinan dan kondisi lingkungan kerja serta hasil yang dicapai.

Berdasarkan pendapat di atas etos kerja adalah pandangan, sikap, kepribadian, watak, karakter serta keyakinan atas sesuatu mendasar yang dimiliki seseorang yang bekerja berlandaskan etika dan perspektif kerja yang diyakini dan diwujudkan untuk menciptakan sebuah semangat baru dalam pekerjaannya

2.1.3.2 Prinsip Etos Kerja

Menurut Sepmady (2021:4-5) Ada 8 prinsip yang perlu dimaknai untuk memiliki ethos kerja profesional. Berikut prinsip-prinsipnya :

1. Kerja adalah Rahmat. Bekerja dengan ketulusan dan selalu bersyukur membuat kita lebih dekat pda Sang Pencipta. Apapun pekerjaan yang dilakukan harus selalu disyukuri karena banyak orang di luar sana yang menginginkan pekerjaanmu.
2. Kerja adalah Amanah. Bekerja dengan tanggung jawab dan kejujuran merupakan amanah dari Tuhan yang diberikan kepada manusia. Seorang

parlemen DPR yang amanah dalam bekerja akan selalu berakhir baik melalui takdirNya.

3. Kerja adalah panggilan. Menganggap sebuah pekerjaan adalah kesucian, membuat seseorang melahirkan sifat integritas dalam hidupnya. Pekerjaan yang sudah didapatkan saat ini, sesungguhnya panggilan dari Tuhan untuk umatNya.
4. Kerja adalah aktualisasi. Kerja merupakan aktualisasi diri, menjelaskan bahwa pekerjaan apapun yang didapatkan merupakan peluang kepada kita untuk mengembangkan potensi berbagai bidang.
5. Kerja adalah ibadah. Banyak sekali ulama-ulama besar yang memberi penjelasan bahwa ibadah tidak sekadar salat 5 waktu dan sebagainya. Mencukupi kebutuhan keluarga dengan bekerja merupakan ibadah utama bagi seorang lelaki.
6. Kerja adalah seni. Semua pekerjaan merupakan peluang untuk kita menuangkan kreativitas sebanyak mungkin. Semakin banyak kreativitas yang bisa kita berikan pada perusahaan, membuat umur rezeki semakin panjang.
7. Kerja adalah kehormatan. Semua orang tidak terlepas dari sifat ingin dihormati. Bekerja dengan penuh sungguh-sungguh membuat diri kita semakin disegani.
8. Kerja adalah pelayanan. Pekerjaan apapun itu sesungguhnya memiliki latar belakang berupa pelayanan. Pelayanan terhadap konsumen, atasan, hingga masyarakat luas.

2.1.3.3 Faktor-faktor Mempengaruhi Etos Kerja

Menurut Sunyoto dan Putri (2016:70-71), Perilaku etis dapat menentukan kualitas karyawan yang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang diperoleh dari luar yang kemudian menjadi prinsip yang dijalani dalam bentuk perilaku. Faktor-faktor tersebut adalah :

1. Pengaruh budaya organisasi. Budaya organisasi merupakan sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi itu dari organisasi yang lain. Dengan demikian budaya organisasi adalah nilai yang dirasakan bersama oleh anggota organisasi yang diwujudkan dalam bentuk sikap perilaku pada organisasi.
2. Kondisi politik. Kondisi politik merupakan rangkaian asas atau prinsip, keadaan, jalan, cara atau alat yang akan digunakan untuk mencapai tujuan. Pencapaian itu dipengaruhi oleh perilaku-perilaku insan/individu atau kelompok guna memenuhi hak dan kewajibannya.
3. Perekonomian global. Perekonomian global merupakan kajian tentang pengurusan sumber daya material individu, masyarakat dan negara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Perekonomian global merupakan suatu ilmu tentang perilaku dan tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bervariasi dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan atau distribusi.

2.1.3.4 Indikator Etos Kerja

Menurut Setyawan dan Supriyanto (2019:160). Indikator etos :

1. Kerja adalah rahmat atau amanah. Kerja adalah rahmat pemberian Tuhan, Allah SWT, oleh karena itu harus disyukuri, bekerja dengan ikhlas. Pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas diri. Kerja adalah titipan/amanah karena bekerja dengan penuh tanggungjawab, bukan sekedar formalitas.
2. Kerja adalah panggilan (*calling*). Apa saja yang dikerjakan harus memenuhi tuntutan profesi. Untuk itu perlu integritas yang kuat (bekerja dengan hati nurani, sepuh hati, sepuh tenaga, segenap pikiran secara totalitas).
3. Kerja adalah aktualisasi. Aktualisasi merupakan kekuatan yang dipakai seseorang untuk mengubah potensi diri menjadi realisasi. Tujuannya agar seseorang terbiasa bekerja keras dan tuntas untuk mencapai mimpi dan keinginannya tanpa merubah diri seseorang menjadi pecandu kerja. Indikatornya adalah kerja penuh semangat.
4. Kerja adalah ibadah. Bekerja dengan penuh kecintaan. Segala pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya harus disyukuri dan dilakukan dengan sepuh hati, sebagai wujud ibadah.
5. Kerja adalah seni (*art*). Bekerja tidak hanya membutuhkan kecerdasan, tetapi juga kreatifitas dan inovasi, sehingga selalu memiliki keunggulan bersaing.
6. Kerja adalah pelayanan (*health care*). Pelayanan dalam kesehatan dikenal dengan *artinya* bekerja dengan penuh kepedulian. Indikatornya empati, ketanggapan (*responsiveness*), menghargai (*respect*), profesionalisme (*assurance*) dan penyelesaian masalah kesehatan (*problem solving*).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1	Harnjo (2019)	Pengaruh Budaya Dan Etos Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Institut Bisnis Informasi Teknologi Dan Bisnis Medan	Variabel indenpende n adalah Budaya Dan Etos Kerja . Variabel dependen : Kinerja Karyawan	Budaya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai. Sementara etos kerja tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai.	Persamaan Etos Kerja. Perbedaan Budaya.
2	Hardiati dan Rusyana (2021)	Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Persfektif Maqashid Syariah	Variabel independen adalah Etika Bisnis. Variabel dependen adalah Pelaku Usaha.	Pelaku usaha harus mengikuti etika bisnis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw.	Persamaan : Etika Bisnis. Perbedaan : -.
3	Karauwan , Lengkong dan Mintardjo (2015)	Pengaruh Etos Kerja, Budaya Organisasi, Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Pekerjaan Umum Minahasa Selatan	Variabel independen : Etos Kerja, Budaya Organisasi, Dan Beban Kerja. Variabel dependen : kinerja.	Etos kerja, budaya organisasi, dan beban kerja secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Etos kerja, budaya organisasi, dan beban kerja secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap	Persamaan : Etos Kerja. Perbedaan : Budaya Organisasi, Dan Beban Kerja.

				kinerja pegawai di Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Minahasa Selatan.	
4	Syarofi (2020)	Pengaruh Etika Kerja, Etika Bisnis Dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Entrepreneur Pada Organisasi Perkumpulan Perempuan Wirausaha Indonesia Dewan Pimpinan Cabang Kabupaten Banyuwangi	Variabel independen adalah Etika Kerja, Etika Bisnis Dan Etos Kerja. Variabel dependen adalah Persaingan	Etika kerja berpengaruh signifikan terhadap persaingan <i>entrepreneur</i> . Etika bisnis berpengaruh signifikan terhadap persaingan <i>entrepreneur</i> . Etos kerja berpengaruh signifikan terhadap persaingan <i>entrepreneur</i> . Etika kerja, etika bisnis dan etos kerja berpengaruh signifikan terhadap persaingan <i>entrepreneur</i>	Persamaan : Etika Bisnis Dan Etos Kerja. Perbedaan Etika Kerja
5	Sundari (2020)	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Somoroto di Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo	Variabel independen : Etika Bisnis . Variabel dependen adalah Persaingan Usaha	Tinjauan etika bisnis islam terhadap persaingan usaha yang terjadi di pasar somoroto ada tiga hal yang di persaingkan yakni persaingan dalam segi harga, pelayanan, serta kualitas produk.	Persamaan : Etika Bisnis. Perbedaan -.

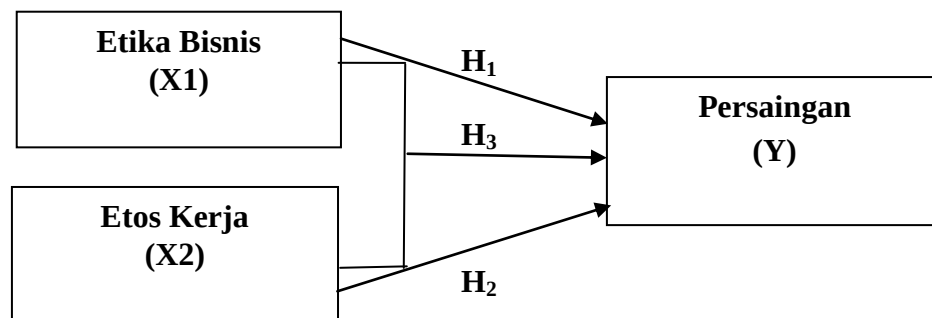
2.3 Kerangka Konseptual

Menurut Bahri (2020:190) Etika bisnis dalam kewirausahaan menjadi penentu apakah seorang pelaku bisnis mampu senantiasa mengendalikan dirinya menjunjung tinggi tanggungjawab dan kejujuran yang adil dan proporsional, membangun kompetisi dan persaingan yang sehat serta menghormati berbagai pihak dengan segenap komitmen yang telah disepakati bersama tanpa harus kehilangan jati diri dan penghargaan atas diri sendiri. Etika bisnis sangat dibutuhkan karena dunia bisnis tidak bisa dipisahkan dari praktek-praktek kompetisi yang terjadi di lingkungan industri dalam rangka mencapai target semaksimal mungkin yang diinginkan tiap-tiap perusahaan.

Menurut Dharmawati (2016:120) Etika bisnis mencakup hubungan antara perusahaan dengan orang yang menginvestasi uangnya dalam perusahaan, dengan konsumen, pegawai, kreditur, saingan dan sebagainya. Orang yang menanam uang atau investor menginginkan manajemen dapat mengelola perusahaan secara berhasil, sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi mereka. Konsumen menginginkan agar perusahaan menghasilkan produk bermutu dan dapat dipercaya dan dengan harga yang layak. Para karyawan menginginkan agar perusahaan mampu membayar balas jasa yang layak bagi kehidupan mereka, memberi kesempatan naik pangkat atau promosi jabatan. Pihak kreditur mengharapkan agar semua utang perusahaan dapat dibayar tepat pada waktunya dan membuat laporan keuangan yang dapat dipercaya dan dibuat secara teratur.

Pihak saingan mengharapkan agar dalam persaingan dilakukan secara baik, tidak merugikan dan menghancurkan pihak lain.

Berdasarkan uraian yang telah ada dapat digambarkan kerangka konseptual berikut:



Gambar 2.1.
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Terdapat adanya pengaruh Etika Bisnis Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

H2 : Terdapat adanya pengaruh Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

H3 : Terdapat adanya pengaruh Etika Bisnis dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

CV. Venice sebagai lokasi penelitian ini. Penelitian ini dimulai dari bulan Februari hingga April 2022.

3.2. Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang bersumber dari hasil jawaban responden atas kuesioner.

Menurut Suryadi, dkk., (2019:167), Data kuantitatif diberikan dinyatakan secara numerik atau menggunakan simbol numerik tertentu.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data adalah sumber data primer yaitu hasil jawaban responden atas kuesioner, wawancara dan sumber data sekunder yaitu hasil studi dokumentasi dan studi pustaka.

Menurut Sujarweni (2019:73-74), Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, focus group dan panel, atau bahkan data hasil wawancara peneliti dengan sumber daya manusia. Data yang diperoleh dari data primer tersebut harus diolah kembali. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen, buku, jurnal berupa laporan keuangan untuk publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku seperti teori, jurnal dan sebagainya.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Menurut Suprpto (2017:70) Populasi adalah sekumpulan elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau peristiwa yang kita minati untuk dipelajari atau diteliti.

Populasi penelitian sebanyak 2.520 pelanggan CV. Venice.

3.3.2. Sampel

Menurut Suprpto (2017:70). Sampel adalah bagian dari unit populasi.

Teknik pengambilan sampel secara slovin. Menurut Widodo (2017:71), Rumus atau formula yang banyak digunakan adalah formula slovin dengan *error margin* 1%, 5% atau 10% dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana: n = Jumlah sampel.
 N = Ukuran populasi.
 e = *Error margin* (10%).

Berdasarkan rumus slovin dapat diketahui jumlah sampel penelitian adalah:

$$n = \frac{2.520}{1 + 2.520 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{2.520}{26,2}$$

$$n = 96,183$$

Sampel penelitian sebanyak 96 pelanggan CV. Venice.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional masing-masing variabel dapat disajikan pada tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Etika Bisnis (X ₁)	Etika bisnis adalah suatu tindakan dalam berbisnis yang memperhatikan dan menggunakan aspek norma, moralitas dan agama.. Sumber : Hermawan dan Hanum (2020:2)	1. ekonomi 2. peraturan 3. Hukum 4. nilai agama 5. nilai budaya 6. masing-masing individu Sumber : Hermawan dan Hanum (2020:13)	Likert
Etos Kerja (X ₂)	Etos kerja adalah perilaku positif yang timbul sebagai akibat dari keyakinan tentang nilai, baik kerja itu sendiri. Sumber : Setyawan dan Supriyanto (2019:158)	1. Kerja adalah rahmat atau amanah. 2. Kerja adalah panggilan (calling). 3. Kerja adalah aktualisasi. 4. Kerja adalah ibadah. 5. Kerja adalah seni (art). 6. Kerja adalah pelayanan (health care). Sumber : Setyawan dan Supriyanto (2019:160)	Likert
Persaingan (Y)	Persaingan usaha yang sehat merupakan salah satu kunci sukses bagi sistem ekonomi pasar yang wajar. Sumber : Azizah (2020:9)	1. Jumlah kompetitor 2. Tingkat pertumbuhan pasar 3. Ketidakpastian permintaan Sumber : Hummel dan Savitt (1998:5-21) dan Homburg, dkk., (2002:86-101)	Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian sebagai berikut :

1. Wawancara

Menurut Suprpto (2017:94) ” Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan lisan kepada subjek penelitian. Hasil wawancara tersebut kemudian dicatat oleh pewawancara sebagai data penelitian.”.

Dalam wawancara ini peneliti memperoleh data dari bagian personalia mengenai gambaran perusahaan, data yang berhubungan Etika Bisnis, Etos Kerja dan Persaingan Usaha.

a. Kuisisioner (*questionnaire*)

Menurut Suprpto (2017:99) Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi serangkaian pernyataan atau pertanyaan, dimana responden dapat langsung menjawab pernyataan/pertanyaan tersebut pada lembar yang telah disediakan.

3.6.Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel

3.6.1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas atau keabsahan suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu *item* dalam kuisisioner atau skala apakah yang digunakan untuk mengukur *item-item* pada kuisisioner tersebut sudah tepat digunakan dalam mengukur apa yang ingin diukur atau tidak dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan *valid*.
2. Jika $t_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan tidak *valid*.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), menyatakan bahwa Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau reliabel jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan

tersebut konsisten/stabil dari waktu ke waktu. Tes dilakukan dengan cara mencoba angket sekali dan kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Dalam hal ini teknik yang digunakan adalah teknik Cronbach's Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$.

3.7. Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), Uji normalitas mencoba untuk menentukan apakah model regresi residual berdistribusi normal, karena uji diketahui dan uji F mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika anggapan ini dilanggar, pengujian statistik untuk ukuran sampel yang kecil menjadi tidak valid. Ada dua cara untuk menentukan apakah residual terdistribusi secara teratur atau tidak, yaitu melalui analisis grafik atau bukti statistik.

1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat stylus saya, yang membandingkan data yang diamati dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun, hanya dengan melihat histogram, ukuran sampel yang lebih kecil bisa sangat rumit. Metode yang dapat diandalkan adalah dengan melihat perangkat probabilitas normal yang membandingkan distribusi normal dengan distribusi kumulatif. Distribusi normal akan membentuk garis diagonal dan memplot data residual untuk dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi informasi yang tersisa normal, garis yang menggambarkan data itu sendiri akan mengikuti garis diagonal. Dengan melihat tampilan histogram dan grafik plot normal, maka dapat disimpulkan bahwa grafik

histogram ini menunjukkan pola distribusi yang menyimpang ke kiri (skewness) ke kiri tidak normal. Sementara itu, pada grafik normal plot terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, dan pemuaian agak jauh dari garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa normalitas model regresi telah dilanggar. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat perambatan informasi (titik) dari sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram residual. Dasar kalimat:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan contoh distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau histogram grafik tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Statistik

Pengujian normalitas dengan grafik dapat disalahartikan jika terlihat normal secara visual, tetapi tidak secara statistik sebaliknya. Oleh karena itu, direkomendasikan agar diberikan uji grafis selain statistik statistik para saksi. Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan pemeriksaan kurtosis residual dan nilai skewness. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah statistik uji non-parametrik Kolmogorov–Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107) Pengujian multikolinear cenderung menguji apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinearitas juga dapat dilihat dari (1) nilai toleransi dan sebaliknya (2) variasi inflasi (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan bahwa setiap variabel bebas dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jika toleransi rendah sama dengan nilai VIF tinggi (untuk $VIF = 1/\text{Toleransi}$). Nilai potong yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai toleransi $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$. Setiap peneliti harus menentukan tingkat koloni yang ditoleransi. Misalnya, nilai toleransi 0,10 sama dengan 0,95 untuk lingkungan kolonial. Meskipun multilinearitas dapat dideteksi dengan toleransi dan nilai VIF, masih belum diketahui variabel independen mana yang berkorelasi.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), Uji heteroskedastis bertujuan untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan dalam model regresi dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika selisih residual tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya disebut homoskedastisitas, dan jika terdapat perbedaan disebut heteroskedastisitas. Ada model regresi bagus lainnya yang disebut Heteroskedastisitas. Sebagian besar karakteristik cross-sectional mengandung kondisi heteroskedastisitas, karena data ini mengumpulkan data yang mewakili ukuran yang berbeda (kecil, sedang, dan besar). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas :

1. Melihat Grafik *Plot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Deteksi ada tidaknya pola tertentu

pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
 - b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Uji *Glejser* dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi Heteroskedastisitas. Hasil tampilan output SPSS dengan jelas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai *Absolut Ut (AbsUt)*. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3.8. Analisis Linear Berganda

Menurut Arifin (2017:156) pada regresi berganda terdapat satu variabel tergantung dan dua atau lebih variabel bebas. Regresi berganda inilah yang banyak digunakan karena banyak variabel yang perlu dianalisis selain lebih relevan digunakan.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan melakukan pengujian hipotesis dan pengujian asumsi klasik. Model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y : Persaingan Usaha

a : konstanta

X₁ : Etika Bisnis

X₂ : Etos Kerja

b₁, b₂ : koefisien regresi

e : *error*

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1 Uji secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98-99) “uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel pejelasan / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.”

Menurut Hantono (2017:74-75) uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

1. Jika nilai t_{hitung} > t_{tabel} maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai t_{hitung} < t_{tabel} maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji secara Simultan (Uji F)

Menurut Hantono (2017:72-73) Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel :

1. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018:97), Koefisien determinasi ditujukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar atau mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk

menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat. Sebaliknya, jika koefisien determinasi (R^2) semakin kecil atau mendekati 0 maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil.

Menurut Ghozali (2013:97-98), kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Dalam kenyataan nilai *adjusted* R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted* R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted* $R^2 = R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka *adjusted* $R^2 = (1 - k)/(n - k)$. Jika $k > 1$, maka *adjusted* R^2 akan bernilai negatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Sejarah Singkat CV. Venice.

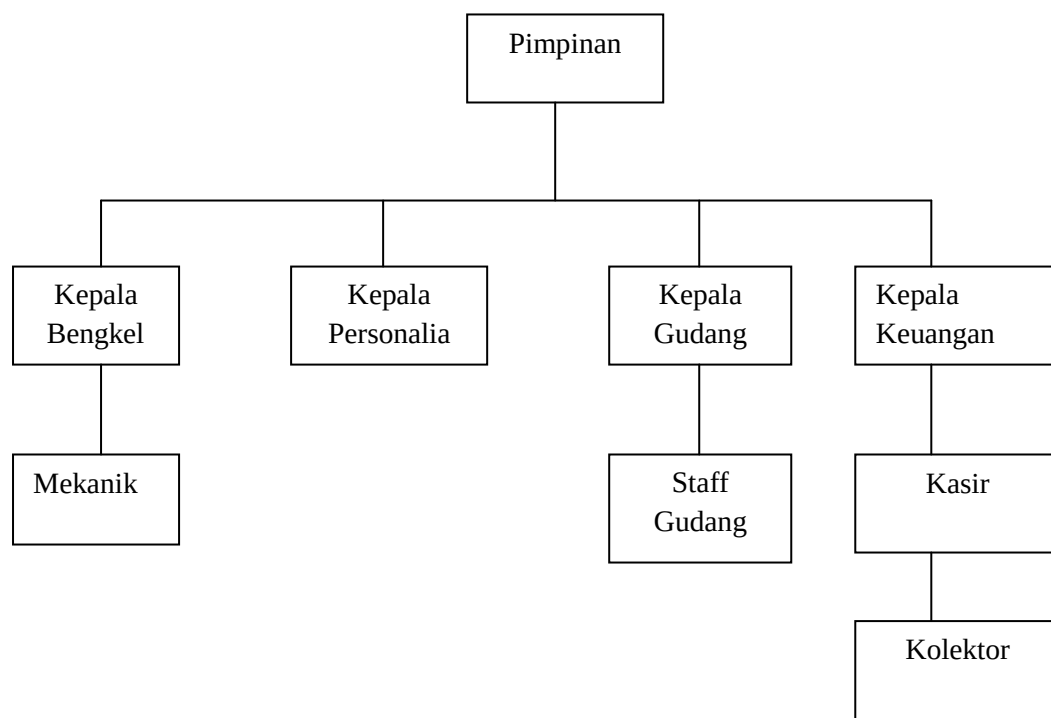
CV. Venice bergerak di bidang distributor penjualan ban tubeles mobil yang bermerek Accelera dan Forceum serta pelak ban mobil merek HSR. CV. Venice Medan menawarkan produk ban tubeles mobil yang bermerek Accelera dan Forceum serta pelak ban mobil merek HSR. Pemasaran dilakukan secara langsung oleh tenaga pemasar/ *sales* dan memberikan spanduk-spanduk maupun barang promosi lainnya kepada pelanggan agar produk yang dipasarkan lebih dikenal oleh masyarakat.

4.1.2 Struktur Organisasi CV. Venice

Struktur organisasi perusahaan merupakan kerangka pembagian tugas dan tanggung jawab fungsional yang berperan dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Struktur organisasi yang baik menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian, posisi-posisi maupun orang-orang yang memiliki kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam organisasi. Pimpinan perusahaan adalah manusia biasa yang mempunyai tenaga dan kemampuan yang terbatas, terpaksa harus mendelegasikan wewenangnya kepada orang lain atau bawahannya. Agar pimpinan itu dapat dengan mudah mengawasi pelaksanaan tugas bawahannya yang telah ditetapkan dan meminta pertanggungjawaban dari setiap bawahan, maka diperlukan suatu struktur organisasi.

Dengan adanya struktur organisasi ini diharapkan setiap pegawai mengetahui dengan jelas tugas dan kewajiban yang harus dilaksanakan serta dapat mempertanggung jawabkannya pada atasan dan atasan akan mengetahui bagaimana mendelegasikan wewenang kepada bawahannya, sehingga setiap aktivitas perusahaan dapat terselenggarakan dengan baik dan terkoordinasi.

Adapun struktur organisasi pada CV. Venice adalah seperti yang tertera pada Gambar 4.1 dibawah ini:



Sumber: pada CV. Venice

Gambar 4.1
Struktur Organisasi CV. Venice

4.1.3 Uraian Struktur Organisasi CV. Venice

Secara garis besar, pembagian wewenang dan tanggung jawab dari setiap fungsi dalam struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan

- a. Memimpin seluruh karyawan perusahaan.
- b. Memimpin rapat umum, dalam hal: untuk memastikan pelaksanaan tata-tertib, keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat, menyesuaikan alokasi waktu per *item* masalah, menentukan urutan agenda, mengarahkan diskusi ke arah konsensus, menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan.
- c. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar.
- d. Memainkan bagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari *board* dan sub-komite, sehingga tercapainya keselarasan dan efektivitas.
- e. Membangun sinergi dan berusaha mencapai hasil bisnis yang optimal dari pelaksanaan seluruh usaha perusahaan.
- f. Memastikan agar seluruh *unit* usaha dan wilayah kerja perusahaan mematuhi *policy* dan *Standard Operating Procedure* (SOP) keuangan yang berlaku untuk masing-masing fungsi sesuai dengan rencana yang telah disetujui.

2. Kepala Personalia

- a. Melakukan rekrutmen dan seleksi karyawan baru sesuai kebutuhan perusahaan.
- b. Mengecek kehadiran karyawan tiap hari.
- c. Memberikan laporan perkembangan karyawan kepada manajer.

3. Staff Personalia

- a. Membantu pelaksanaan rekrutmen dan seleksi karyawan baru.
- b. Mencatat absensi karyawan dan melaporkan kepada kepala personalia.

4. Kepala Keuangan

- a. Menyusun laporan keuangan bulanan dengan data yang terdapat dari *system* sebagai bahan rapat bulanan manajer-manajer di perusahaan.
- b. Menyusun laporan keuangan bulanan melalui *Accounting system* berdasarkan informasi keuangan yang ada di *system* sebagai informasi/kontrol keuangan dari perusahaan induk.
- c. Membuat laporan keuangan triwulanan untuk keperluan penyampaian informasi keuangan kepada manajemen dan pihak terkait lainnya.
- d. Menyusun laporan keuangan setengah tahunan (semester) untuk kepentingan pemeriksaan audit, bank, *shareholder* (internal & eksternal).
- e. Melakukan cek dan kontrol dari data-data pendukung transaksi akuntansi dari departemen-departemen terkait untuk memastikan transaksi keuangan disusun berdasarkan data/fakta yang ada.
- f. Melakukan aktifitas kompilasi/analisa anggaran dari seluruh departemen untuk keperluan estimasi anggaran keseluruhan perusahaan.
- g. Memeriksa dan menganalisis laporan hutang dagang perusahaan .
- h. Melaksanakan sistem dokumentasi (*filling*) yang baik dan rapi.
- i. Mengkoordinasikan, mengarahkan, membimbing dan mengawasi pelaksanaan kegiatan pembuatan *invoice*/tagihan dan faktur pajak serta penagihan atas piutang dagang perusahaan.

- j. Menyiapkan laporan rencana dan realisasi *cash flow* baik per-minggu maupun per-bulan.

5. Kasir

- a. Melakukan verifikasi dan *cross check* dana yang disetor dan diterima dengan dokumen pendukung, untuk memastikan keakuratan dan kebenaran data.
- b. Melakukan pembayaran kepada *supplier*, *vendor* dan pihak ketiga dan melakukan penerimaan dari *customer* (dalam bentuk *cash*) untuk memastikan semua transaksi berjalan dengan benar.
- c. Melaksanakan pendistribusian dana sesuai dengan administrasi pendukung lainnya untuk pembayaran pajak dan logistik.
- d. Melakukan pengurusan garansi dan referensi bank untuk mendukung keperluan dana perusahaan.
- e. Memastikan kelancaran hubungan dengan pihak perbankan untuk mendapatkan kesepakatan, kepercayaan, kerjasama dan aktifitas perbankan lainnya yang dapat membantu proses perbankan untuk perusahaan sesuai prioritas yang diharapkan.

6. Kolektor

- a. Melakukan penagihan pada area-area yang sudah ditentukan dengan penuh tanggung jawab dan efisien.
- b. Mampu memberikan pernyataan yang sesuai fakta atas kegagalan dalam penagihan.

- c. Bertanggung jawab penuh atas semua tagihan yang dibebankan termasuk bila terjadi *lost* tagihan.
- d. Mencatat dan mentotalkan uang yang tertagih pada faktur tagihan yang diberikan kemudian menyerahkannya kepada *Account Receiveable*.

4.1.4 Deskripsi Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
Pria	61	63,54
Wanita	35	36,46
Jumlah	96	100,00

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 61 orang (63,54%) dan perempuan berjumlah 35 orang (36,46%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen berjenis kelamin laki-laki yang kebanyakan memiliki mobil dan mengemudi mobil sehingga mereka lebih tertarik untuk mengganti ban mobil pada saat terjadi ban mobilnya sudah licin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Orang	Persentase
≤ 20 tahun	17	17,71
21-25 tahun	48	50,00
≥ 26 tahun	31	32,29
Total	96	100,00

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa tingkat usia konsumen terdiri dari konsumen berusia ≤ 20 tahun sebanyak 17 orang (17,71%),

21-25 tahun sebanyak 48 orang (50%), usia ≥ 26 tahun sebanyak 31 orang (32,29%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang berusia 21-25 tahun sering berlangganan ban mobil di perusahaan dikarenakan ban mobilnya lebih tahan lama dan coraknya menarik..

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Orang	Persentase
SMU	60	62,50
Diploma	19	19,79
Sarjana	17	17,71
Total	96	100,00

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa pendidikan konsumen SMU sebanyak 60 orang (62,50%), pendidikan Diploma sebanyak 19 orang (19,79%) dan Sarjana sebanyak 17 orang (17,71%).

4.1.5 Pengujian Instrumen Penelitian

4.1.5.1 Uji Validitas Instrumen Variabel Etika Bisnis

Dari data pengisian angket responden dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui tabel *r product moment* person dengan *df (degree of freedom)* = $n - 2$, jadi $df = 30 - 2 = 28$, maka $r_{\text{tabel}} = 0,3610$. Butir pertanyaan dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dapat dilihat dari *corrected total correlation*.

Hasil pengujian validitas instrumen variabel Etika Bisnis dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Etika Bisnis

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Penggunaan ban mobil merek Accelera selalu menguntungkan.	0,663	0,361	Valid
2.	Ban merek Accelera mudah dipasang dan digunakan.	0,726	0,361	Valid
3.	Ban mobil merek Accelera telah memenuhi syarat SNI.	0,715	0,361	Valid
4.	Adanya pengakuan secara hukum atas ban mobil merek Accelera.	0,712	0,361	Valid
5.	CV. Venice Medan telah menjalankan hukum yang berlaku.	0,462	0,361	Valid
6.	Perusahaan menjual beranekaragam tipe ban merek Accelera memenuhi syarat SNI.	0,643	0,361	Valid
7.	Produk yang dijual CV. Venice Medan sesuai dengan nilai agama.	0,627	0,361	Valid
8.	Ban merek Accelera yang penggunaannya sesuai nilai agama.	0,636	0,361	Valid
9.	CV. Venice Medan selalu menjalankan nilai budaya yang berada di sekitarnya.	0,643	0,361	Valid
10.	Konsumen senang dengan penggunaan produk ban Accelera.	0,681	0,361	Valid
11.	Pihak manajemen CV. Venice Medan selalu jujur dalam melakukan bisnisnya.	0,505	0,361	Valid
12.	Pihak manajemen perusahaan selalu mengutamakan integritas usahanya.	0,587	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 diperoleh bahwa hasil pengujian instrumen dari variabel etika bisnis memiliki nilai lebih besar dari 0,361. Pengujian validitas untuk menghitung nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui tabel r *product moment* pearson dengan df (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 30 - 2 = 28$, maka $r_{tabel} = 0,3610$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel etika bisnis yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.1.5.2 Uji Validitas Instrumen Variabel Etos Kerja

Dari data pengisian angket responden dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui tabel r *product moment* person dengan df (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 30 - 2 = 28$, maka $r_{\text{tabel}} = 0,3610$. Butir pertanyaan dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dapat dilihat dari *corrected total correlation*.

Hasil pengujian validitas instrumen variabel etos kerja dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Etos Kerja

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Karyawan senang memberikan pelayanan kepada konsumen.	0,552	0,361	Valid
2.	Kualitas kerja karyawan CV. Venice Medan diakui konsumen.	0,666	0,361	Valid
3.	Konsumen selalu dilayani dengan sepenuh hati karyawan.	0,520	0,361	Valid
4	Konsumen senang menggunakan jasa pemasangan ban di perusahaan.	0,550	0,361	Valid
5	Semangat kerja karyawan tinggi terlihat dari ketelitian kerjanya.	0,534	0,361	Valid
6.	Konsumen senang dengan kerapian kerja karyawan CV. Venice Medan.	0,762	0,361	Valid
7.	Tiap kali ada keluhan konsumen atas pekerjaan karyawan cepat ditangani	0,526	0,361	Valid
8.	Konsumen senang atas pekerjaan karyawan CV. Venice Medan.	0,665	0,361	Valid
9	Konsumen menyenangi kreatifitas kerja karyawan CV. Venice Medan.	0,418	0,361	Valid
10	Keaktifan karyawan dalam menawarkan dan menjelaskan produk ban kepada konsumen.	0,571	0,361	Valid
11.	Karyawan cepat tanggap atas keluhan konsumen mengenai produk ban merek Accelera.	0,640	0,361	Valid

12.	Konsumen menyukai sikap profesionalisme kerja karyawan.	0,673	0,361	Valid
-----	---	-------	-------	--------------

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 diperoleh bahwa hasil pengujian instrumen dari variabel etos kerja memiliki nilai lebih besar dari 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel etos kerja yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.1.5.3 Uji Validitas Instrumen Variabel Persaingan Usaha

Dari data pengisian angket responden dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui tabel *r product moment* person dengan df (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 30 - 2 = 28$, maka $r_{\text{tabel}} = 0,3610$. Butir pertanyaan dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dapat dilihat dari *corrected total correlation*.

Hasil pengujian validitas instrumen variabel Persaingan Usaha dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Persaingan Usaha

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Perusahaan sering melakukan persaingan tidak jujur.	0,823	0,361	Valid
2.	Konsumen mengeluh adanya produk ban mobil licin.	0,709	0,361	Valid
3.	Terdapat beberapa ban yang plastiknya tidak tersegel terjual ke konsumen.	0,792	0,361	Valid
4.	Terjual beberapa ban mobil Accelera yang dijual tidak memenuhi standar.	0,808	0,361	Valid
5.	Perusahaan menjual harga ban mobil Accelera di bawah harga pasaran yang berlaku.	0,874	0,361	Valid
6.	Konsumen sering kebingungan atas harga ban mobil Accelera.	0,812	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 diperoleh bahwa hasil pengujian instrumen dari variabel persaingan usaha memiliki nilai lebih besar dari 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel persaingan usaha yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.1.5.4 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:47), suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan kuesioner sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu, dalam hal ini teknik yang digunakan adalah teknik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 . Berikut ini dapat dilihat tabel hasil uji reliabel data hasil kuesioner :

Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach Alpha*. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut :

1. Cronbach's alpha $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. Cronbach's alpha $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. Cronbach's alpha $0,8$ = reliabilitas baik.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Etika Bisnis
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	12

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7, maka dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari pernyataan variabel etika bisnis telah memenuhi syarat R tabel yaitu 0,860 lebih besar dari 0,6 dan variabel etika bisnis dinyatakan reliabel dan diterima.

Hasil uji reliabilitas instrumen variabel etos kerja dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Etos Kerja
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	12

Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8, maka dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari pernyataan variabel etos Kerja telah memenuhi syarat R tabel yaitu 0,829 lebih besar dari 0,6 dan variabel etos kerja dinyatakan reliabel dan diterima.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Persaingan Usaha
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	6

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9, maka dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari pernyataan variabel persaingan usaha telah memenuhi syarat R tabel yaitu 0,862 lebih besar dari 0,6 dan variabel persaingan usaha dinyatakan reliabel dan diterima.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Metode yang handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dapat dilihat dari *one sample kolmogorov snirbov test* disajikan pada Tabel 4.10 sebagai berikut :

Tabel 4.10

Uji kolmogorov-smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.70332691
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.038
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

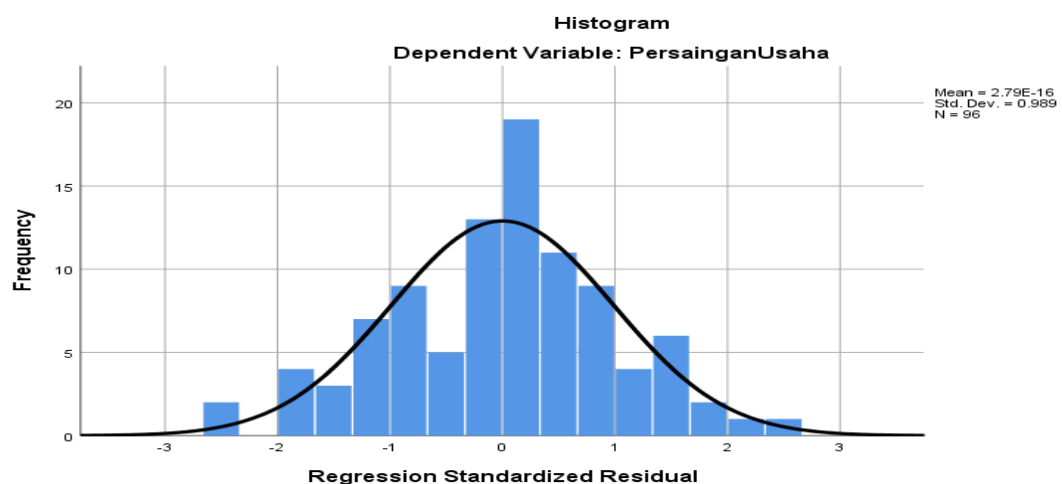
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 ini menunjukkan bahwa sig sebesar $0,200 > 0,05$ berarti data berdistribusi normal.

Uji normalitas dengan metode *One Kolmogrov Smirnov*, kriteria pengujiannya adalah :

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

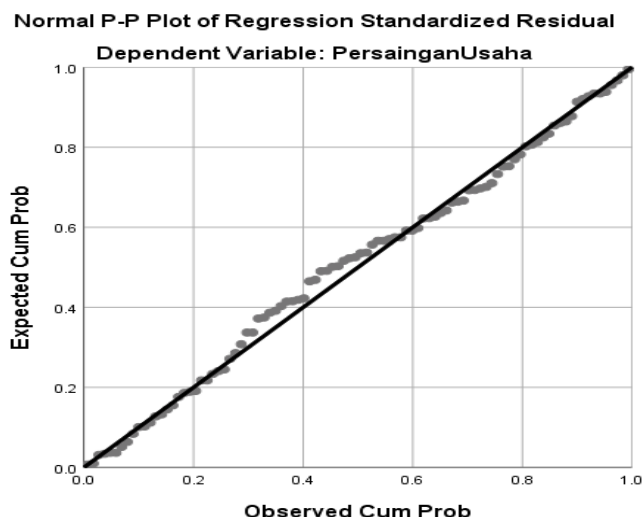


Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.2
Hasil Pengujian Normalitas Grafik Histogram

Berdasarkan gambar 4.2, ini dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, tidak melenceng ke kanan dan ke kiri maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

Dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang akan menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Uji normalitas dengan melihat *Normal Probability Plot* dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut :



Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Dari Gambar 4.3 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik *normal probability plot* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi

normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan *normal probability plot* bahwa telah berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.11 dibawah ini :

Tabel 4.11
Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	EtikaBisnis	.653	1.532
	EtosKerja	.653	1.532

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.11, diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel etika bisnis dan etos kerja lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$) sehingga terbebas dari asumsi multikolinearitas. Sedangkan *tolerance* etika bisnis dan etos kerja lebih besar dari 0,1 dengan demikian, persamaan regresi hipotesis pertama terbebas dari asumsi multikolinearitas atau tidak terjadi multikolinearitas.

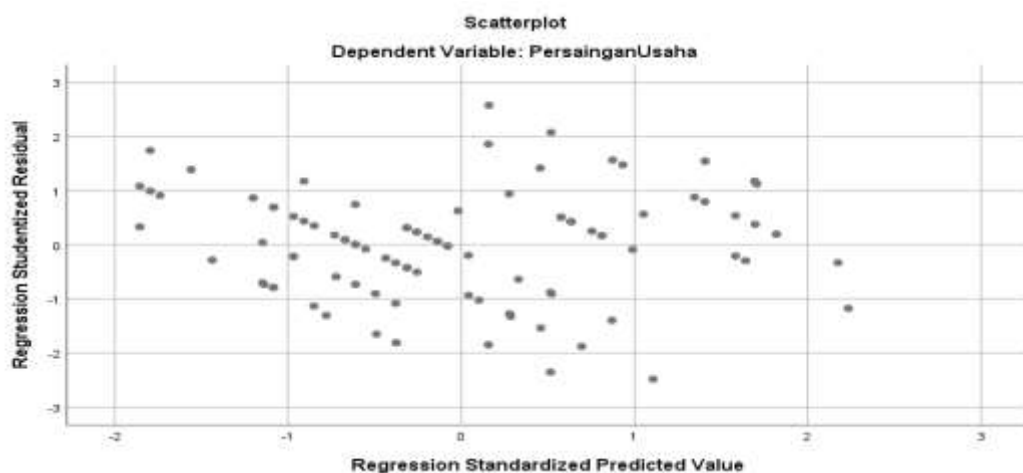
4.1.6.3 Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskesdatisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat

(dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4 dibawah ini :



Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.4
Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara terbesar baik di atas maupun di

bawah angka 0 pada sumbu *Regeression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi.

4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis regresi berganda menyatakan bahwa Pengaruh Etika Bisnis Dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

Analisis ini bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 dengan rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Persaingan Usaha(*dependent variabel*)
- X₁ = Etika Bisnis (*independent variabel*)
- X₂ = Etos Kerja (*independent variabel*)
- α = konstanta
- β_1 = koefisien untuk variabel Etika Bisnis
- β_2 = koefisien untuk variabel Etos Kerja
- e = persentase kesalahan (5%)

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-8.447	2.117		-3.990	.000
	EtikaBisnis	.462	.056	.599	8.212	.000
	EtosKerja	.234	.055	.312	4.269	.000

a. Dependent Variable: PersainganUsaha

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.12 di atas, maka persamaan regresi berganda dalam penelitian adalah :

$$\text{Persaingan Usaha} = -8,447 + 0,462 \text{ Etika Bisnis} + 0,234 \text{ Etos kerja}$$

Penjelasan dari nilai persamaan regresi linear berganda ini adalah:

1. Nilai konstanta (α) = -8,447 artinya, jika variabel bebas etika bisnis dan etos kerja bernilai nol maka persaingan usaha adalah tetap sebesar -8,447.

2. Koefisien regresi variabel etika bisnis sebesar 0,462 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan etika bisnis mengalami kenaikan 1% maka persaingan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,462. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara etika bisnis dengan persaingan usaha, semakin baik etika bisnis maka perusahaan mampu menghadapi persaingan usaha.
3. Koefisien regresi variabel etos kerja sebesar 0,234 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan etos kerja mengalami kenaikan 1% maka persaingan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,234. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara etos kerja dengan persaingan usaha, semakin baik etos kerja maka perusahaan memiliki kemampuan tinggi dalam menghadapi persaingan usaha.

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan. Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya Etika Bisnis dan Etos Kerja secara parsial tidak berpengaruh terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.
2. $H_1 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya Etika Bisnis dan Etos Kerja secara parsial berpengaruh terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 0.025$

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

1. H_0 Diterima apabila : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$
2. H_0 Ditolak apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Hasil pengujian secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut :

Tabel 4.13
Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-8.447	2.117		-3.990	.000
	EtikaBisnis	.462	.056	.599	8.212	.000
	EtosKeria	.234	.055	.312	4.269	.000

a. Dependent Variable: PersainganUsaha
Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel etika bisnis (X_1) adalah 8,212 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($96-2= 94$) untuk hipotesis dua arah maka kolom signifikansi sebesar $5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Karena $t_{hitung} 8,212 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan demikian, Etika Bisnis secara parsial berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel etos kerja (X_2) adalah 4,269 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($96-2= 94$) untuk hipotesis dua arah maka kolom signifikansi sebesar $5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Karena $t_{hitung} 4,269 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan

demikian, Etos Kerja secara parsial berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

4.1.8.2 Uji F (Secara Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat.

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya Etika Bisnis dan Etos Kerja secara simultan tidak berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.
2. $H_0: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Etika Bisnis dan Etos Kerja secara simultan berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

1. H_0 Ditolak apabila : $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
2. H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

Hasil pengujian secara simultan dapat dilihat pada Tabel 4.14 sebagai berikut :

Tabel 4.14
Uji F Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1452.242	2	726.121	97.268	.000 ^b
	Residual	694.258	93	7.465		
	Total	2146.500	95			

a. Dependent Variable: PersainganUsaha

b. Predictors: (Constant), EtosKerja, EtikaBisnis

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas diperoleh bahwa nilai F_{hitung} (97,268) lebih besar dibandingkan dengan nilai F_{tabel} ($96-2-1= 93$; 3,09), dan $sig.\alpha$ (0,000^a) lebih kecil dari alpha 5 % (0,05). Dengan demikian maka kesimpulannya adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $97,268 > 3,09$ maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Etika Bisnis dan Etos Kerja berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

4.1.8.3 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent.

Pengujian dengan menggunakan uji koefisien determinasi adjusted R Square, yaitu untuk melihat besarnya pengaruh Etika Bisnis dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.

Tabel 4.15
Uji Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.670	2.73224

a. Predictors: (Constant), EtosKerja, EtikaBisnis

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.15 menunjukkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh 0,670. Hal ini berarti 67% persaingan usaha dapat dipengaruhi oleh variabel Etika Bisnis dan Etos Kerja sedangkan sisanya sebesar 33% persaingan usaha dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini dapat diringkas dalam Tabel 4.16 sebagai berikut .

Tabel 4.16
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Uji dan Kriteria	Hasil	Keterangan
R square = pengaruh dari variabel bebas dan variabel terikat		<i>Adjusted R Square</i> = 67%	Variabel dependen dalam penelitian ini sebesar 67% dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan.
H1 = Etika Bisnis secara parsial berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.	$t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,000$, maka H_0 ditolak $p < 0,05$, maka H_a diterima	$8,212 > 1,985$ $\alpha = 0,000 < 0,05$	Hipotesis diterima
H2 = Etos Kerja secara parsial berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.	$t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,000$, maka H_0 ditolak $p < 0,05$, maka H_a diterima	$4,269 > 1,985$ $\alpha = 0,000 < 0,05$	Hipotesis diterima

H3 = Etika Bisnis dan Etos Kerja secara simultan berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice	$t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,000$, maka H_0 ditolak $p < 0,05$, maka H_a diterima	97,268 > 3,09 $\alpha = 0,000 < 0,05$	Hipotesis diterima
---	--	--	--------------------

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Etika Bisnis terhadap Persaingan Usaha

Dari hasil analisis hipotesis bahwa Etika Bisnis secara parsial berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice karena $t_{hitung} 8,212 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ hal ini sependapat dengan penelitian Bahri (2020:190) Etika bisnis dalam kewirausahaan menjadi penentu apakah seorang pelaku bisnis mampu senantiasa mengendalikan dirinya menjunjung tinggi tanggungjawab dan kejujuran yang adil dan proporsional, membangun kompetisi dan persaingan yang sehat serta menghormati berbagai pihak dengan segenap komitmen yang telah disepakati bersama tanpa harus kehilangan jati diri dan penghargaan atas diri sendiri. Etika bisnis sangat dibutuhkan karena dunia bisnis tidak bisa dipisahkan dari praktek-praktek kompetisi yang terjadi di lingkungan industri dalam rangka mencapai target semaksimal mungkin yang diinginkan tiap-tiap perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Hardiati dan Rusyana (2021) Pelaku usaha harus mengikuti etika bisnis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW.

4.2.2 Pengaruh Etos Kerja terhadap Persaingan Usaha

Dari hasil analisis hipotesis bahwa Etos Kerja secara parsial berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice karena $t_{hitung} 4,269 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Harnjo (2019) menyatakan, etos kerja tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai.

4.2.3 Pengaruh Etika Bisnis dan Etos Kerja terhadap Persaingan Usaha

Dari hasil analisis hipotesis bahwa Etika Bisnis dan Etos Kerja berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice karena $F_{hitung} 97,268 > F_{tabel} 3,09$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan Pengaruh Etika Bisnis Dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice. Ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda **Persaingan Usaha = -8,447 + 0,462 Etika Bisnis + 0,234 Etos kerja**. Hal ini memberikan arti bahwa Etika Bisnis dan Etos Kerja berpengaruh Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice.
2. Secara parsial variabel Etika Bisnis secara parsial berpengaruh positif Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice dengan nilai $t_{hitung} 8,212 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Secara parsial variabel Etos Kerja secara parsial berpengaruh positif Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} 4,269 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Secara simultan variabel Etika Bisnis dan Etos Kerja berpengaruh positif Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $97,268 > 3,09$ dan nilai sig. t untuk variabel lokasi $\alpha = 0,000 < 0,05$.
5. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Etika Bisnis dan Etos Kerja dapat menjelaskan 67% keterkaitannya dengan Persaingan Usaha pada CV. Venice.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Etika Bisnis pada CV. Venice perlu diperhatikan antara lain :
 - a. Etika Bisnis CV. Venice seharusnya dapat diandalkan dalam hal menghadapi persaingan usaha dapat dilakukan dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.
 - b. Perusahaan selalu memiliki tanggung jawab atas produk ban dan velg yang dijualnya dimana perusahaan memperhatikan dan mempertimbangkan keselamatan konsumen menggunakan produk yang dijualnya.
2. Etos Kerja pada CV. Venice perlu diperhatikan antara lain :
 - a. Melalui etos kerja ini karyawan dapat dinilai kemampuan bekerja di perusahaan berkualitas rendah atau tinggi.
 - b. Karyawan di perusahaan ini masih banyak memiliki etos kerja rendah mengakibatkan timbul beberapa keluhan pelanggan seperti lambat menangani masalah pengiriman ban, retur ban hingga lambat menangani keluhan pelanggan.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah variabel penelitian
 Bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk menambah variabel independen lain yang mempengaruhi persaingan usaha misalnya Budaya Organisasi, Dan Beban Kerja.
2. Menambah jumlah responden
 Sehubungan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil sampel 96 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah responden..

DAFTAR PUSTAKA

- Amar, M. R., Gustina, I., & Ariska, S. (2021). Consumer Loyalty Analysis: Contribution of Commitment and Price. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 265-269.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.

- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D. (2021). Analysis of Efforts to Increase Customer Loyalty in Improving Brand Trust, Marketing Communication Strategies and Product Diversity. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 134-146.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43.

- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.

- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 22-33.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.

- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).
-
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

LAMPIRAN 1
KUESIONER
PENGARUH ETIKA BISNIS DAN ETOS KERJA TERHADAP
PERSAINGAN USAHA CV. VENICE

Identitas Responden

1. No Responden :
2. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
3. Usia : a. ≤ 20 tahun b. 20-25 tahun c. ≥ 26 tahun
4. Pendidikan Terakhir : a. SMU b. Diploma c. Sarjana

Bagian Petunjuk

1. Cara Pengisian Quesioner
 - a. Mohon memberi tanda checklist pada jawaban yang dianggap paling benar.
 - b. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
 - c. Setelah mengisi quesioner harap ibu / bapak mengembalikan.
 - d. Mohon memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.
2. Kriteria Jawaban

Kriteria jawaban responden sebagai berikut, yaitu :

Kriteria	Keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Catatan : Hanya untuk kepentingan penelitian

Etika Bisnis (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Penggunaan ban mobil merek Accelera selalu menguntungkan.					
2.	Ban merek Accelera mudah dipasang dan digunakan.					
3.	Ban mobil merek Accelera telah memenuhi syarat SNI.					
4.	Adanya pengakuan secara hukum atas ban mobil merek Accelera.					
5.	CV. Venice Medan telah menjalankan hukum yang berlaku.					
6.	Perusahaan menjual beranekaragam tipe ban merek Accelera memenuhi syarat SNI.					
7	Produk yang dijual CV. Venice Medan sesuai dengan nilai agama.					
8	Ban merek Accelera yang penggunaannya sesuai nilai agama.					
9	CV. Venice Medan selalu menjalankan nilai budaya yang berada di sekitarnya.					
10	Konsumen senang dengan penggunaan produk ban Accelera.					
11	Pihak manajemen CV. Venice Medan selalu jujur dalam melakukan bisnisnya.					
12	Pihak manajemen perusahaan selalu mengutamakan integritas usahanya.					

Etos Kerja (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan senang memberikan pelayanan kepada konsumen.					
2.	Kualitas kerja karyawan CV. Venice Medan diakui konsumen.					
3.	Konsumen selalu dilayani dengan sepenuh hati karyawan.					
4.	Konsumen senang menggunakan jasa pemasangan ban di perusahaan.					
5.	Semangat kerja karyawan tinggi terlihat dari ketelitian kerjanya.					
6.	Konsumen senang dengan kerapian kerja karyawan CV. Venice Medan.					
7.	Tiap kali ada keluhan konsumen atas pekerjaan karyawan cepat ditangani					
8.	Konsumen senang atas pekerjaan karyawan CV. Venice Medan.					
9.	Konsumen menyenangi kreatifitas kerja karyawan CV. Venice Medan.					
10.	Keaktifan karyawan dalam menawarkan dan menjelaskan produk ban kepada konsumen.					
11.	Karyawan cepat tanggap atas keluhan konsumen mengenai produk ban merek Accelera.					
12.	Konsumen menyukai sikap profesionalisme kerja karyawan.					

Persaingan (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Perusahaan sering melakukan persaingan tidak jujur.					
2.	Konsumen mengeluh adanya produk ban mobil licin.					
3.	Terdapat beberapa ban yang plastiknya tidak tersegel terjual ke konsumen.					
4	Terjual beberapa ban mobil Accelera yang dijual tidak memenuhi standar.					
5	Perusahaan menjual harga ban mobil Accelera di bawah harga pasaran yang berlaku.					
6	Konsumen sering kebingungan atas harga ban mobil Accelera.					

LAMPIRAN 2

TABULASI DATA UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

VARIABEL TINDAKAN ETIKA BISNIS (X1)

No. responden	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q1 1	Q 12	Total
1	3	2	3	2	3	4	2	4	3	2	4	3	35
2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	52
3	3	2	3	2	3	4	2	4	3	2	4	3	35
4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	45
5	5	3	5	3	5	4	3	4	3	3	4	5	47
6	3	3	4	3	3	5	3	5	4	3	5	4	45
7	3	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	51
8	3	3	5	3	3	4	3	4	2	3	4	3	40
9	3	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	3	49
10	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	57
11	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	49
12	2	4	3	3	2	4	4	4	5	4	4	5	44
13	5	4	3	3	5	5	4	5	4	3	5	5	51
14	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	48
15	5	4	4	3	5	5	4	5	5	2	4	4	50
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	4	5	4	5	4	5	5	3	3	5	4	4	51
18	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	56
19	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	50
20	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	54
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
22	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	41
23	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	33
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
26	2	4	3	4	2	4	4	1	3	4	5	3	39
27	5	4	2	4	5	4	5	1	2	4	1	1	38
28	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	2	1	39
29	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	30
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36

VARIABEL ETOS KERJA (X2)

No. responden	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q1 1	Q 12	Total
1	3	2	2	4	3	2	4	3	2	3	2	4	34
2	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	51
3	3	2	2	4	3	2	4	3	2	3	2	4	34
4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	43
5	5	4	3	4	5	3	4	5	4	5	3	4	49
6	4	4	3	5	4	3	5	4	4	3	3	5	47
7	5	5	4	1	5	4	5	5	5	3	4	5	51
8	5	5	3	4	5	2	4	5	5	3	3	4	48
9	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	53
10	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	55
11	4	4	4	5	3	2	5	4	4	3	4	5	47
12	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	48
13	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	55
14	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	53
15	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	52
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	53
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
19	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	52
20	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	54
21	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49
22	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	44
23	4	2	4	2	2	2	4	3	2	3	2	3	33
24	4	3	1	3	4	3	1	3	3	3	3	3	34
25	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	42
26	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	1	41
27	1	4	4	4	2	4	4	2	4	5	4	1	39
28	1	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	2	39
29	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	32
30	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	38

VARIABEL PERSAINGAN USAHA (Y)

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Total
1	3	2	2	4	3	2	16
2	4	4	4	5	4	4	25
3	3	2	2	4	3	2	16
4	4	3	3	4	4	3	21
5	5	4	3	4	5	3	24
6	4	4	3	5	4	3	23
7	5	5	4	1	5	4	24
8	5	5	3	4	5	2	24
9	5	4	4	5	5	4	27
10	5	5	5	4	3	5	27
11	4	4	4	5	3	2	22
12	4	5	4	4	4	4	25
13	5	4	4	5	5	4	27
14	4	5	5	4	4	5	27
15	4	4	4	5	4	4	25
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	5	5	4	4	5	27
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	5	5	4	4	4	26
20	4	4	5	4	5	4	26
21	3	4	5	4	4	4	24
22	3	4	4	4	4	4	23
23	4	2	4	2	2	2	16
24	4	3	1	3	4	3	18
25	4	4	1	4	4	4	21
26	3	4	4	4	4	4	23
27	1	4	4	4	2	4	19
28	1	4	3	4	3	4	19
29	1	3	3	3	3	3	16
30	3	3	4	3	3	3	19

LAMPIRAN 3

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

VARIABEL ETIKA BISNIS

		Correlations										X1.1	X1.1		Etika
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	0	1	X1.12		Bisnis
X1.1	Pearson	1	.344*	.786*	.283*	.437*	.514*	.560*	.212*	.441*	.177	.033	.317**		.663**
	Correlation		*	*	*	*	*	*		*					
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.005	.000	.000	.000	.038	.000	.084	.752	.002		.000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson	.344**	1	.317*	.868*	.221*	.279*	.445*	.580*	.286*	.751*	.171	.249*		.726**
	Correlation			*	*		*	*	*	*	*				
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.000	.030	.006	.000	.000	.005	.000	.096	.014		.000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson	.786**	.317*	1	.318*	.272*	.590*	.473*	.338*	.514*	.226*	.208*	.450**		.715**
	Correlation		*		*	*	*	*	*	*					
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.002	.007	.000	.000	.001	.000	.027	.042	.000		.000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson	.283**	.868*	.318*	1	.223*	.289*	.382*	.491*	.262*	.867*	.172	.247*		.712**
	Correlation		*	*			*	*	*	*	*				
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.002		.029	.004	.000	.000	.010	.000	.094	.015		.000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson	.437**	.221*	.272*	.223*	1	.211*	.094	.081	.092	.100	.539*	.110		.462**
	Correlation			*								*			
	Sig. (2-tailed)	.000	.030	.007	.029		.039	.363	.432	.373	.330	.000	.287		.000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson	.514**	.279*	.590*	.289*	.211*	1	.331*	.280*	.309*	.260*	.236*	.605**		.643**
	Correlation		*	*	*			*	*	*					
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.004	.039		.001	.006	.002	.010	.021	.000		.000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson	.560**	.445*	.473*	.382*	.094	.331*	1	.175	.609*	.356*	.142	.282**		.627**
	Correlation		*	*	*		*			*	*				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.363	.001		.088	.000	.000	.168	.005		.000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.8	Pearson	.212*	.580*	.338*	.491*	.081	.280*	.175	1	.426*	.486*	.363*	.343**		.636**
	Correlation		*	*	*		*			*	*	*			
Sig. (2-tailed)		.038	.000	.001	.000	.432	.006	.088		.000	.000	.000	.001		.000

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.9	Pearson	.441**	.286*	.514*	.262*	.092	.309*	.609*	.426*	1	.320*	.305*	.381**	.643**
	Correlation		*	*	*		*	*	*		*	*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.010	.373	.002	.000	.000		.001	.003	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.10	Pearson	.177	.751*	.226*	.867*	.100	.260*	.356*	.486*	.320*	1	.248*	.209*	.661**
	Correlation		*		*			*	*	*				
	Sig. (2-tailed)	.084	.000	.027	.000	.330	.010	.000	.000	.001		.015	.041	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.11	Pearson	.033	.171	.208*	.172	.539*	.236*	.142	.363*	.305*	.248*	1	.260*	.505**
	Correlation					*			*	*				
	Sig. (2-tailed)	.752	.096	.042	.094	.000	.021	.168	.000	.003	.015		.011	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.12	Pearson	.317**	.249*	.450*	.247*	.110	.605*	.282*	.343*	.381*	.209*	.260*	1	.587**
	Correlation			*			*	*	*	*				
	Sig. (2-tailed)	.002	.014	.000	.015	.287	.000	.005	.001	.000	.041	.011		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
EtikaBisnis	Pearson	.663**	.726*	.715*	.712*	.462*	.643*	.627*	.636*	.643*	.661*	.505*	.587**	1
	Correlation		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	12

VARIABEL ETOS KERJA

		Correlations										Etos Kerja			
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.1 0	X2.1 1	X2.1 2		
X2.1	Pearson	1	.343*	.171	.353*	.445*	.360*	.014	.370*	.213*	.139	.097	.441*	.552**	
	Correlation		*		*	*	*		*				*		
	Sig. (2-tailed)		.001	.097	.000	.000	.000	.892	.000	.037	.178	.346	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
X2.2	Pearson	.343**	1	.308*	.265*	.446*	.651*	.266*	.453*	.314*	.099	.434*	.192	.666**	
	Correlation			*	*	*	*	*	*	*		*			
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.009	.000	.000	.009	.000	.002	.335	.000	.061	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
X2.3	Pearson	.171	.308*	1	.143	.142	.349*	.316*	.332*	.092	.294*	.372*	.186	.520**	
	Correlation		*				*	*	*		*	*			
	Sig. (2-tailed)	.097	.002		.164	.167	.000	.002	.001	.372	.004	.000	.070	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
X2.4	Pearson	.353**	.265*	.143	1	.208*	.520*	.161	.299*	.156	.171	.384*	.261*	.550**	
	Correlation		*				*		*			*			
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.164		.042	.000	.117	.003	.129	.097	.000	.010	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
X2.5	Pearson	.445**	.446*	.142	.208*	1	.253*	.356*	.333*	.161	.123	.058	.213*	.534**	
	Correlation		*				*	*	*				*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.167	.042		.013	.000	.001	.117	.233	.575	.037	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
X2.6	Pearson	.360**	.651*	.349*	.520*	.253*	1	.163	.550*	.228*	.380*	.681*	.326*	.762**	
	Correlation		*	*	*	*			*	*	*	*	*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.013		.113	.000	.025	.000	.000	.001	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
X2.7	Pearson	.014	.266*	.316*	.161	.356*	.163	1	.229*	.104	.245*	.311*	.395*	.526**	
	Correlation		*	*		*			*			*	*		
	Sig. (2-tailed)	.892	.009	.002	.117	.000	.113		.025	.314	.016	.002	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
X2.8	Pearson	.370**	.453*	.332*	.299*	.333*	.550*	.229*	1	-.018	.354*	.386*	.415*	.665**	
	Correlation		*	*	*	*	*				*	*	*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.003	.001	.000	.025		.864	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
X2.9	Pearson	.213*	.314*	.092	.156	.161	.228*	.104	-.018	1	.229*	.267*	.314*	.418**	
	Correlation		*				*					*	*		
	Sig. (2-tailed)	.037	.002	.372	.129	.117	.025	.314	.864		.025	.008	.002	.000	

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.1	Pearson	.139	.099	.294*	.171	.123	.380*	.245*	.354*	.229*	1	.304*	.671*	.571**
0	Correlation			*			*		*			*	*	
	Sig. (2-tailed)	.178	.335	.004	.097	.233	.000	.016	.000	.025		.003	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.1	Pearson	.097	.434*	.372*	.384*	.058	.681*	.311*	.386*	.267*	.304*	1	.268*	.640**
1	Correlation		*	*	*		*	*	*	*	*		*	
	Sig. (2-tailed)	.346	.000	.000	.000	.575	.000	.002	.000	.008	.003		.008	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.1	Pearson	.441**	.192	.186	.261*	.213*	.326*	.395*	.415*	.314*	.671*	.268*	1	.673**
2	Correlation						*	*	*	*	*	*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.061	.070	.010	.037	.001	.000	.000	.002	.000	.008		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Etos	Pearson	.552**	.666*	.520*	.550*	.534*	.762*	.526*	.665*	.418*	.571*	.640*	.673*	1
Kerja	Correlation		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	12

VARIABEL PERSAINGAN USAHA

		Correlations						PersainganUsaha
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
Y1	Pearson Correlation	1	.362**	.635**	.713**	.442**	.638**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.362**	1	.328**	.344**	.883**	.345**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.001	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.635**	.328**	1	.651**	.197	.852**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.054	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.713**	.344**	.651**	1	.341**	.690**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y5	Pearson Correlation	.442**	.883**	.197	.341**	1	.238*	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.054	.001		.019	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y6	Pearson Correlation	.638**	.345**	.852**	.690**	.238*	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.019		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
PersainganUsaha	Pearson Correlation	.823**	.709**	.792**	.808**	.674**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	6

LAMPIRAN 4
TABULASI DATA RESPONDEN SAMPEL UTAMA
VARIABEL ETIKA BISNIS (X1)

No. responden	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q1 1	Q 12	Total
1	1	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	37
2	5	4	5	4	3	5	3	2	4	4	2	4	45
3	3	2	3	2	3	3	4	3	4	1	4	4	36
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	40
5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	1	3	4	37
6	2	3	2	3	5	2	4	4	2	4	4	5	40
7	3	4	3	4	4	3	5	3	5	4	5	4	47
8	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	1	36
9	3	4	3	4	2	3	4	1	5	4	4	4	41
10	5	5	5	5	3	5	4	1	4	5	2	3	47
11	3	1	3	1	4	2	5	4	5	4	5	3	40
12	2	4	2	4	3	2	4	4	3	3	3	3	37
13	5	4	5	4	4	5	4	5	2	3	4	3	48
14	4	5	4	5	1	4	4	4	3	4	4	3	45
15	5	4	5	4	1	5	5	5	3	3	5	3	48
16	5	5	5	5	1	5	4	5	3	4	3	3	48
17	4	5	4	5	1	4	5	5	5	5	4	3	50
18	5	5	5	5	3	5	4	5	3	2	3	2	47
19	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	51
20	5	4	5	4	4	5	3	4	3	2	3	2	44
21	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	43
22	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	39
23	3	2	3	2	4	3	5	4	2	3	2	3	36
24	3	3	3	3	3	5	4	4	3	4	3	4	42
25	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	43
26	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	41
27	2	4	2	4	4	2	4	4	5	4	5	4	44
28	3	4	3	4	4	3	5	3	3	2	3	2	39
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	38
30	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	38

No. responden	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q1 1	Q 12	Total
31	5	4	5	4	2	5	3	3	2	3	2	4	42
32	3	3	3	3	2	3	5	3	4	5	5	3	42
33	2	3	2	3	2	2	4	4	5	4	4	3	38
34	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	50
35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	46
36	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2	41
37	3	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	41
38	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	39
39	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	36
40	4	3	4	3	3	4	4	4	2	3	2	5	41
41	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	3	47
42	2	4	2	4	3	2	5	4	5	3	4	2	40
43	2	4	2	4	2	5	4	3	4	5	4	5	44
44	2	3	2	3	2	2	2	4	4	5	3	4	36
45	2	4	2	4	2	2	5	4	4	4	4	5	42
46	3	1	3	1	2	5	4	4	4	3	4	2	36
47	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	44
48	3	4	3	4	1	3	5	5	3	5	4	2	42
49	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	54
50	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	54
51	3	1	3	1	4	3	3	1	3	1	4	3	30
52	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	44
53	2	4	2	4	2	2	2	4	2	4	2	2	32
54	3	1	3	1	2	5	3	1	3	1	2	5	30
55	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	46
56	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	36
57	5	3	5	3	3	3	5	3	5	3	3	3	44
58	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	32
59	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	40
60	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	38

No. responden	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q1 1	Q 12	Total
61	2	5	2	5	4	4	2	5	2	5	4	4	44
62	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	54
63	3	1	3	1	4	3	3	1	3	1	4	3	30
64	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	44
65	2	4	2	4	2	2	2	4	2	4	2	2	32
66	3	1	3	1	2	5	3	1	3	1	2	5	30
67	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	46
68	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	36
69	5	3	5	3	3	3	5	3	5	3	3	3	44
70	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	32
71	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	40
72	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	38
73	2	3	2	3	5	2	2	3	2	3	5	2	34
74	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	42
75	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	38
76	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	2	3	38
77	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	56
78	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	40
79	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	30
80	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	52
81	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	30
82	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	38
83	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	38
84	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	4	3	34
85	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	44
86	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	40
87	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	30
88	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	52
89	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	32
90	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	38
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
92	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	4	3	34
93	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	48
94	5	3	4	3	3	3	5	3	4	3	3	3	42
95	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	42
96	3	2	4	5	5	5	3	2	4	5	5	5	48

VARIABEL ETOS KERJA (X2)**VARIABEL ETIKA BISNIS (X1)**

No. responden	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q1 1	Q 12	Total
1	2	3	2	3	3	3	3	3	5	2	3	2	34
2	4	5	4	4	3	5	3	5	4	4	5	4	50
3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	33
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
6	3	2	3	4	5	2	5	2	4	3	2	3	38
7	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	45
8	3	3	3	5	4	3	4	3	4	3	3	3	41
9	4	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	4	38
10	5	5	5	4	3	5	3	5	4	5	5	5	54
11	4	3	1	4	4	2	4	2	4	4	2	4	38
12	4	2	4	5	3	2	3	2	5	4	2	4	40
13	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	51
14	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	52
15	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	52
16	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	57
17	5	4	5	4	3	4	3	4	5	5	4	5	51
18	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	5	54
19	5	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	50
20	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	51
21	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	48
22	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	43
23	2	3	2	4	4	3	4	3	4	2	3	2	36
24	4	3	3	5	3	5	3	5	4	4	5	4	48
25	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
26	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	43
27	4	2	4	4	4	2	4	2	3	4	2	4	39
28	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	44
29	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	39
30	3	3	3	3	2	3	2	3	5	3	3	3	36

No. responden	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q1 1	Q 12	Total
31	4	5	4	4	2	5	2	5	5	4	5	4	49
32	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	34
33	3	2	3	5	2	2	2	2	5	3	2	3	34
34	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	51
35	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	46
36	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	41
37	4	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	4	38
38	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	41
39	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37
40	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	42
41	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
42	4	2	4	2	3	2	3	2	4	4	2	4	36
43	4	2	4	5	2	5	2	5	3	4	5	4	45
44	3	2	3	4	2	2	2	2	5	3	2	3	33
45	4	2	4	2	2	2	2	2	4	4	2	4	34
46	4	3	1	5	2	5	2	5	4	4	5	4	44
47	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	46
48	4	3	4	4	1	3	1	3	5	4	3	4	39
49	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	54
50	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	53
51	3	2	3	4	3	2	4	3	3	1	4	1	33
52	5	4	3	5	5	4	2	4	5	4	4	4	49
53	3	3	3	4	3	2	2	2	3	1	4	1	31
54	3	3	3	4	3	3	2	5	4	4	2	4	40
55	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	43
56	2	3	5	4	2	3	2	4	2	3	4	2	36
57	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	44
58	3	3	4	3	3	3	1	3	5	5	4	5	42
59	3	4	2	4	3	4	5	3	4	4	5	4	45
60	5	5	3	5	5	5	4	3	5	4	4	5	53

No. responden	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q1 1	Q 12	Total
61	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	48
62	2	4	3	2	2	4	4	5	4	5	5	5	45
63	5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	51
64	4	5	4	4	4	5	2	4	3	1	4	1	41
65	5	4	4	5	5	4	2	2	5	4	4	4	48
66	5	5	4	5	5	5	2	5	3	1	4	1	45
67	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	2	4	46
68	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	5	4	42
69	5	3	5	3	3	3	1	5	2	3	4	2	39
70	3	3	3	3	1	3	4	3	4	4	5	4	40
71	3	3	3	3	5	3	4	3	5	5	4	5	46
72	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	43
73	2	3	2	3	5	2	5	3	4	3	3	3	38
74	2	3	4	1	5	2	3	5	4	4	2	3	38
75	3	4	4	3	4	3	3	5	3	4	3	4	43
76	3	3	5	3	4	3	3	5	3	5	3	3	43
77	3	4	3	3	2	3	5	4	4	3	3	4	41
78	5	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	5	53
79	3	4	3	2	3	2	3	2	5	2	3	2	34
80	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	51
81	3	4	3	2	3	2	3	2	4	2	3	2	33
82	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	38
83	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
84	5	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	38
85	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	45
86	4	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3	3	40
87	3	4	3	2	3	2	3	2	5	2	3	2	34
88	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	51
89	3	4	3	2	3	2	3	3	4	2	3	2	34
90	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	38
91	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
92	5	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	38
93	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	47
94	3	1	4	3	3	3	5	3	5	4	5	4	43
95	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	45
96	3	2	3	4	3	2	3	2	5	2	3	2	34

VARIABEL PERSAINGAN USAHA (Y)

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Total
1	3	2	3	3	2	3	16
2	5	4	5	5	4	5	28
3	3	2	3	3	2	3	16
4	3	3	3	3	3	3	18
5	3	3	3	3	3	3	18
6	2	3	2	2	3	2	14
7	3	4	3	3	4	3	20
8	3	3	3	3	3	3	18
9	3	4	3	3	4	3	20
10	5	5	5	5	5	5	30
11	3	1	3	3	1	3	14
12	2	4	2	2	4	2	16
13	5	4	5	5	4	5	28
14	4	5	4	4	5	4	26
15	5	4	5	5	4	5	28
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	5	4	4	5	4	26
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	5	4	4	5	4	26
20	5	4	5	5	4	5	28
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	4	3	3	4	3	20
23	3	2	3	3	2	3	16
24	3	3	3	3	3	3	18
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	4	3	3	4	3	20
27	2	4	2	2	4	2	16
28	3	4	3	3	4	3	20
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	3	3	3	3	18
31	5	4	5	5	4	5	28
32	3	3	3	3	3	3	18
33	2	3	2	2	3	2	14
34	5	4	5	5	4	5	28
35	4	4	4	4	4	4	24

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Total
36	3	4	3	3	4	3	20
37	3	4	3	3	4	3	20
38	3	4	3	3	4	3	20
39	3	3	3	3	3	3	18
40	4	3	4	4	3	4	22
41	4	4	4	4	4	4	24
42	2	4	2	2	4	2	16
43	2	4	2	2	4	2	16
44	2	3	2	2	3	2	14
45	2	4	2	2	4	2	16
46	3	1	3	3	1	3	14
47	4	4	4	4	4	4	24
48	3	4	3	3	4	3	20
49	4	5	4	4	5	4	26
50	5	4	5	5	4	5	28
51	3	1	3	3	1	3	14
52	4	4	4	4	4	4	24
53	2	4	2	2	4	2	16
54	3	1	3	3	1	3	14
55	4	4	4	4	4	4	24
56	3	3	3	3	3	3	18
57	5	3	5	5	3	5	26
58	3	3	3	3	3	3	18
59	3	3	3	3	3	3	18
60	3	3	3	3	3	3	18
61	2	5	2	2	5	2	18
62	5	4	5	5	4	5	28
63	3	1	3	3	1	3	14
64	4	4	4	4	4	4	24
65	2	4	2	2	4	2	16
66	3	1	3	3	1	3	14
67	4	4	4	4	4	4	24
68	3	3	3	3	3	3	18
69	5	3	5	5	3	5	26
70	3	3	3	3	3	3	18

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Total
71	3	3	3	3	3	3	18
72	3	3	3	3	3	3	18
73	2	3	2	2	3	2	14
74	3	4	3	3	4	3	20
75	3	3	3	3	3	3	18
76	3	4	3	3	4	3	20
77	5	5	5	5	5	5	30
78	3	4	3	3	4	3	20
79	3	2	3	3	2	3	16
80	5	4	5	5	4	5	28
81	3	2	3	3	2	3	16
82	3	3	3	3	3	3	18
83	3	3	3	3	3	3	18
84	2	3	2	2	3	2	14
85	3	4	3	3	4	3	20
86	3	3	3	3	3	3	18
87	3	2	4	3	2	4	18
88	5	4	5	5	4	5	28
89	3	2	4	3	2	4	18
90	3	3	4	3	3	4	20
91	3	3	4	3	3	4	20
92	2	3	4	2	3	4	18
93	3	2	4	3	2	4	18
94	5	4	5	5	4	5	28
95	3	2	4	3	2	4	18
96	3	3	4	3	3	4	20

LAMPIRAN 5

HASIL OUTPUT SPSS BERGANDA

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
EtikaBisnis	96	30.00	56.00	40.8333	6.17067
EtosKerja	96	31.00	57.00	42.6458	6.33782
PersainganUsaha	96	14.00	30.00	20.3750	4.75339
Valid N (listwise)	96				

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.670	2.73224

a. Predictors: (Constant), EtosKerja, EtikaBisnis

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1452.242	2	726.121	97.268	.000 ^b
	Residual	694.258	93	7.465		
	Total	2146.500	95			

a. Dependent Variable: PersainganUsaha

b. Predictors: (Constant), EtosKerja, EtikaBisnis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.447	2.117		-3.990	.000
	EtikaBisnis	.462	.056	.599	8.212	.000
	EtosKerja	.234	.055	.312	4.269	.000

a. Dependent Variable: PersainganUsaha

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.677	.670	2.73224	1.957

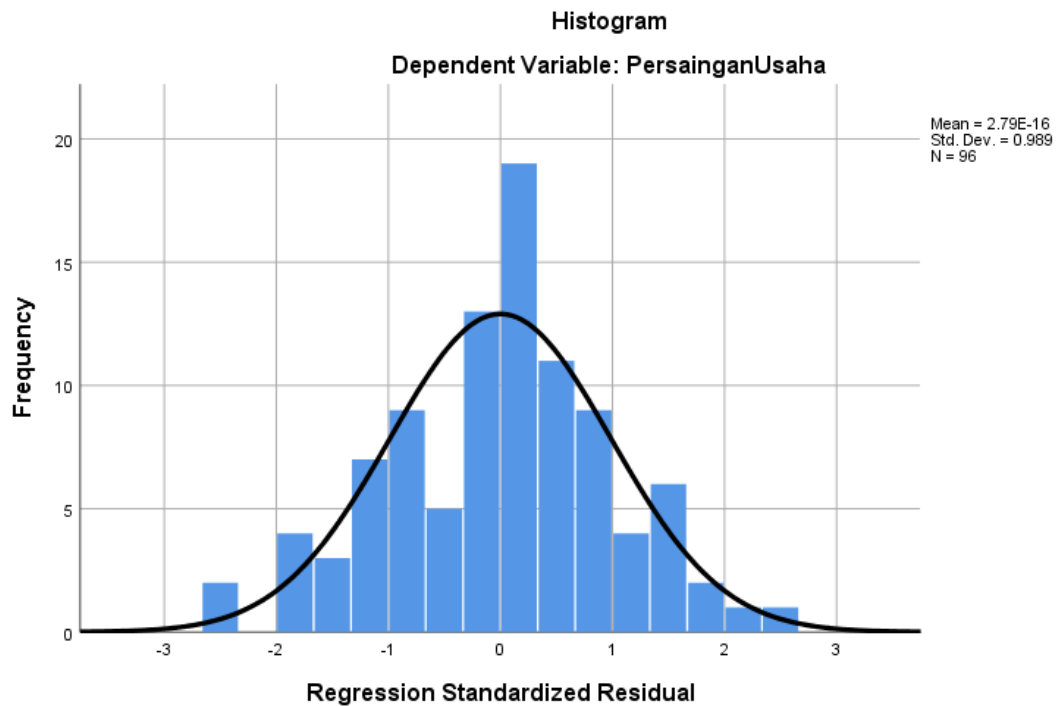
a. Predictors: (Constant), EtosKerja, EtikaBisnis

b. Dependent Variable: PersainganUsaha

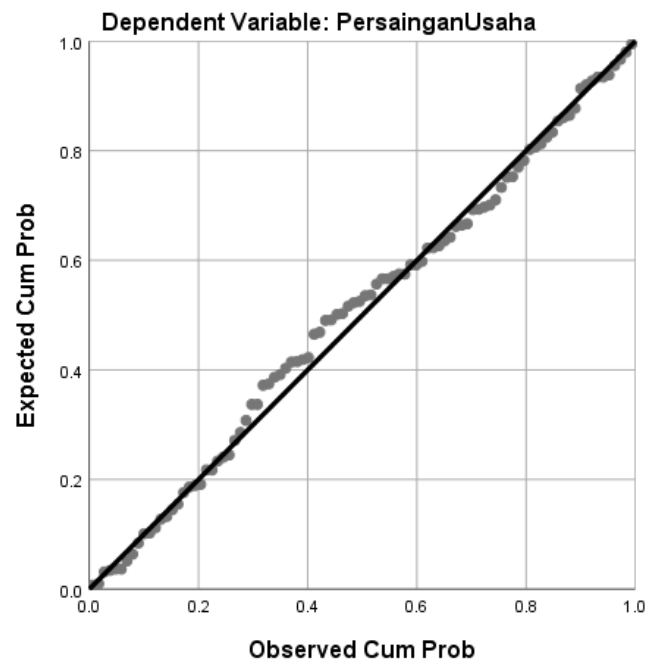
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8.447	2.117		-3.990	.000		
	EtikaBisnis	.462	.056	.599	8.212	.000	.653	1.532
	EtosKerja	.234	.055	.312	4.269	.000	.653	1.532

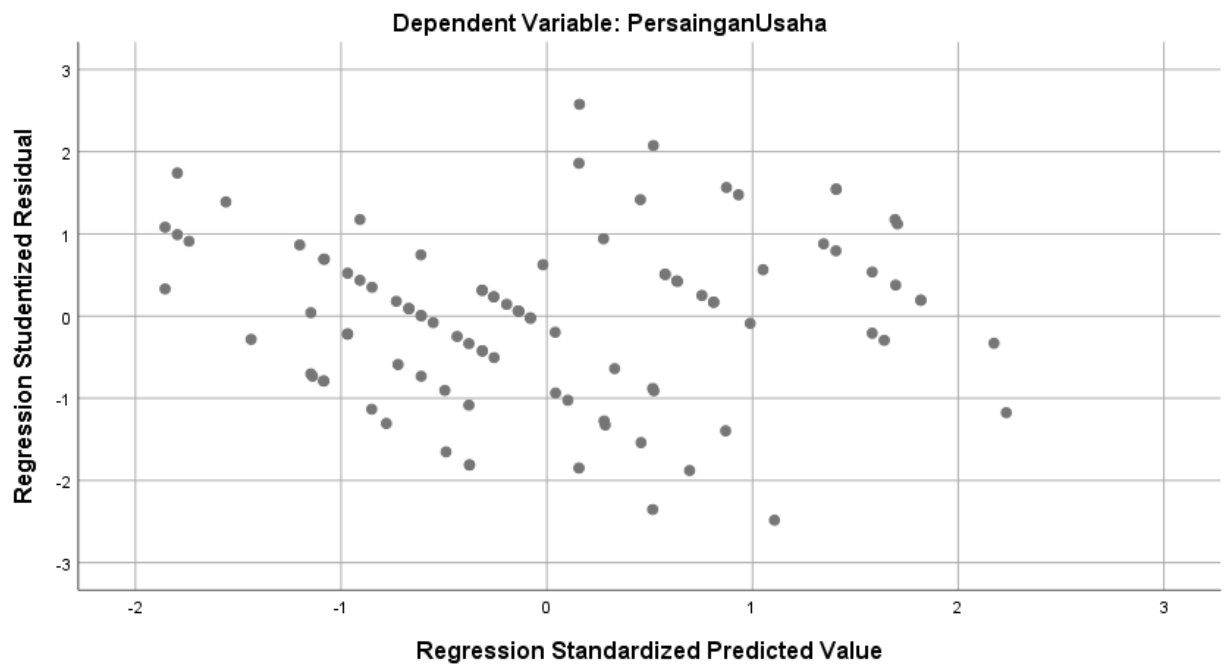
a. Dependent Variable: PersainganUsaha



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.70332691
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.038
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.560	1.300		.431	.667
	EtikaBisnis	-.015	.035	-.055	-.434	.665
	EtosKerja	.051	.034	.190	1.504	.136

a. Dependent Variable: Abs_ut

LAMPIRAN 6

TABEL r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	10.000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

LAMPIRAN 7

Tabel t_{tabel}

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262

LAMPIRAN 8

Tabel F_{tabel}

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12	14	15
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76

LAMPIRAN 9
Tabel Durbin Watson

n	k = 1		k = 2		k = 3		k = 4		k = 5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 29 September 2021

Nomor : 1899/R/STIE-EP/IX/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan CV Venice
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Claren Fyorensia
NIM	: 181010217
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh etika bisnis dan etos kerja terhadap persaingan usaha CV Venice

Untuk mengadakan peninjauan ke CV Venice Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



JL. SPARMAN NO.252A – MEDAN PETISAH
061-80513257 / 0811 9621 2524

SURAT KETERANGAN

No: 017/SPV/VNC/X/2021

Menanggapi permohonan izin dari mahasiswa STIE Eka Prasetya tentang :
Izin Penelitian (Tugas Akhir S-1), dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sim Bobby Sanjaya
Jabatan : Supervisor

Menyatakan bahwa memberikan izin melakukan penelitian dan pengumpulan data pada perusahaan ini kepada:

Nama : Claren Fyorensia
NIM : 181010217
Progam Studi : Kewirausahaan A
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Bisnis dan Etos Kerja Terhadap Persaingan Usaha CV. Venice

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 3 Oktober 2021

SIM BOBBY SANJAYA
Supervisor



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa : Claren Fyrensia
NIM : 181010 217
Konsentrasi : Manajemen Kelas : Akuntansi A.
Nomor HP No WA : 0852 6079 8360 Email :
Alamat Tinggal : Jl. Punt V. Cih. Pisang blok 2. Mu 19
Dosen Pembimbing Akademis : TTD :

No		Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing I	Paraf Dosen Pembimbing II	Mahasiswa
1	27/9-2021		Pengapan Judul Skripsi			
2	08/12-2021		Data tabel Pengantar CV Venice			
3	09/12-2021		Indikator Etika bisnis			
4	10/12-2021		Kerangka konseptual dan hipotesis			
5	13/12-2021		Cara penulisan jenis dan sumber data, populasi penelitian			
6	07/01-2022		Evaluasi format Skripsi			
7	08/01-2022		Ace ke Dosen pembimbing I			
8	17/1-2022		Kesalahan penulisan huruf dan Penjelasan variabel Etika bisnis kurang spesifik			
9			Penggunaan masalah pada Etika bisnis, penjelasan masalah yang terjadi saat ini di Eka kerja			
10			Penulisan judul pada bab I dengan huruf Capital dan bold			
11			Isi dan Identifikasi masalah kurang detail terhadap variabel X1 dan X2			
12			memperbaiki kerangka konseptual			
13			bab II ditinjau dan indikator tidak sama pada akhirnya			
14	21/1-2022		ole acc Seminar Proposal			
15	24/04-2022		- Format tulisan → ok -			
16			- bab V di lampirkan			
17	29/04-2022		Lambat ke Dosen pembimbing I			
18	10/5-2022		- revisi bab 2 hipotesis & typo penulisan			
19			Perbaiki / keselarasan			
20	19/5-2022		- Revisi bab 2 hipotesis			
21	20/5-2022		- Revisi bab 5 kesimpulan			
22			- Perbaiki typo penulisan, bab 5 kesimpulan & perbaikan			
23			- ole acc sidang meja hijau			
24						
25						

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Claren Fyorensia
Tempat / Tanggal Lahir	: Medan, 13 Agustus 1999
Jenis Kelamin	: Wanita
Alamat	: Jl. Pukat 5 Gg pisang No. 19, Medan
Alamat Email	: Clarenfyoren@gmail.com
Agama	: Buddha
Status	: Menikah
Handphone (HP)	: 0852-6079-8350

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2006 s/d Tahun 2012	: SD Swasta Bodhicitta
2. Tahun 2012 s/d Tahun 2015	: SMP Swasta Bodhicitta
3. Tahun 2015 s/d Tahun 2018	: SMA Swasta Bodhicitta
4. Tahun 2018 s/d Tahun 2022	: Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Suwandi
Pekerjaan	: Wiraswasta
Handphone (HP)	: 0823-7043-4648
Alamat	: Jl. Pukat 5 No. 51, Medan
Nama Ibu	: Yanti
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP)	: 0813-6075-5481
Alamat	: Jl. Pukat 5 No. 51, Medan

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 20 Mei 2022
Penulis


Claren Fyorensia