

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “*Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Bauran Pemasaran Syariah Terhadap Loyalitas Konsumen ( Studi Kasus Pasar Atas Sarolangun Di Kabupaten Sarolangun)*”. Tujuan penelitian ini adalah Untuk Menganalisis bagaimana karakteristik Pedagang Muslim Pasar Atas Sarolangun, Untuk mengkaji seberapa kuat etika bisnis Islam terhadap Loyalitas Konsumen pasar atas Sarolangun, Untuk Menganalisis Seberapa Kuat pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Konsumen di Pasar atas Sarolangun. Sumber data yang digunakan adalah data Primer berupa hasil kuesioner. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan menggunakan alat analisis uji t, uji f, dan regresi linear berganda, dengan memberikan kuesioner kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Etika bisnis islam dan bauran pemasaran syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selain itu diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,657 atau 65,7% yang artinya Etika Bisnis Islam Dan Bauran Pemasaran Syariah Mempengaruhi Loyalitas Konsumen sebesar 65,7%.

**Kata Kunci :** Etika Bisnis Islam, Bauran Pemasaran Syariah, Loyalitas Konsumen