

Abstraksi

Andri Iryanto Wongso (2009-11-095). Analisis Pengaruh Prinsip Etika Bisnis Pelaku Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kawasan Bisnis Mangga Dua (tepatnya di Gedung ITC Mangga Dua) dibimbing oleh Ibu I'in Endang Mardiani.

Tujuan dari dipilihnya topik dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kelima dimensi prinsip etika bisnis para pelaku usaha di Gedung ITC Mangga Dua terhadap kepuasan konsumen guna meningkatkan pendapatan para pelaku usaha. Dari kelima dimensi prinsip etika bisnis, diketahui dimensi prinsip manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Metode pengumpulan data dari responden yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil pengujian kuesioner antara prinsip-prinsip etika bisnis dengan kepuasan konsumen diperoleh hasil yang positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan. Dengan nilai standardized koefisien beta Prinsip Otonomi 0.198, Prinsip Kejujuran 0.243, Prinsip Keadilan 0.211, Prinsip Saling Menguntungkan 0.201, Prinsip Integritas Moral 0.189. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa Prinsip Kejujuran lah yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Gedung ITC Mangga Dua, dan yang paling tidak berpengaruh adalah Prinsip Integritas Moral. Hal ini disebabkan oleh Prinsip Integritas Moral sudah dicakup secara otomatis oleh kejujuran pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya.

Kata Kunci : Prinsip Etika Bisnis, Kepuasan Konsumen

Abstract

Andri Iryanto Wongso (2009-11-095). Analysis the Influence of Bussiness Ethics Principles of Business Owners toward Consumen Satisfaction at Mangga Dua Business District (ITC Mangga Dua Complex Building to be exact). Consulted by Mrs. I'in Endang Mardiani.

The main purpose the writer chose this research topic is to know and analyze the influence of five business ethics principles of business owners in ITC Mangga Dua Complex Building toward consumer satisfaction in order to earn bigger earning. From the five principles of business ethics the writer can find out, which principle dimension has the most influence toward consumer satisfaction. Analyzing Methods which being used by the writer / researcher is Questionnaire methods. Based on the result of testing this Questionnaire Methods, researcher draws conclusion that the result is positive and significant partially, and simultaneously. With standardized beta score for Otonomi Principle 0.198, Honesty Principle 0.243, Justice Principle 0.211, Mutual Benefit Principle 0.201, and Moral Integrity Principle 0.198. From these results the researcher can tell that Honesty Principle has the most influence toward consumer satisfaction at ITC Mangga Dua Complex Building, and Moral Integrty Principle has the most least influence. This caused by Moral Integrity Principle is automatically being covered by the honesty of business owners in conducting their daily businesses.

Keywords : Business Ethics Principles, Consumer Satisfaction