

## ***ABSTRACT***

*This research aimed to analyze the influence of business ethics based on Islamic accounting perspective and satisfaction on customer loyalty. This research uses a quantitative method with case study approach conducted in Karita Muslim Square Yogyakarta. The research involves 125 samples through non-probability sampling technique of convenient sampling from Karita's customer. Data analysis was performed using SPSS 21 to test the instrument validity and reliability, descriptive statistics, classical assumptions, and the research hypotheses. The findings showed that Islamic accounting based business ethics has no significant effect on customer loyalty and satisfaction have a significant effect on consumer loyalty. These findings are consistent with the previous research findings by Kurt (2013) and Al-Hiqmah, Suprihatin, and Suwarsi (2016). The implication of this research is the knowledge enhancement in management decision making and non-financial performance management in customer perspective.*

***Keywords: Islamic Accounting, Islamic Business Ethics, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.***

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh etika bisnis berdasarkan perspektif akuntansi Islam dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan di Karita Muslim Square Yogyakarta. Penelitian ini melibatkan 125 sampel yang diperoleh melalui teknik nonprobabilitas yakni *convenience sampling* pada konsumen Karita. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS 21 untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, statistik deskriptif, asumsi klasik, dan hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis berbasis akuntansi Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Kurt (2013) dan Al-Hiqmah, Suprihatin, dan Suwarsi (2016). Implikasi hasil penelitian berupa peningkatan wawasan dalam pembuatan keputusan manajemen dan pengelolaan kinerja nonfinansial dari perspektif konsumen.

**Kata Kunci: Akuntansi Islam, Etika Bisnis Islam, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.**