



# Properti Syariah Perspektif Konsep Pemasaran dan Etika Bisnis Islam

Fadly Yashari Soumena\*, Endang Sulastri

Institut Parahikma Indonesia  
fadly.yashari@gmail.com

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Lead Generation dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Karyawan di Properti Syariah Haluoleo Land Kota Makassar. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2023 sampai dengan bulan Juli 2023. Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survei. Sumber data yang digunakan adalah data primer, populasi yang digunakan sebanyak 60 karyawan properti syariah haluoleo land kota Makassar. Sampel yang digunakan sebanyak 60 sampel dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear ber-ganda dan teknik analisis data menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) secara parsial lead generation berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar, (2) secara parsial etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar, (3) secara simultan lead generation dan etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar. Berdasarkan hasil penelitian di atas, implikasi pada penelitian ini menunjukkan variabel lead generation dan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap kinerja karyawan karena memberikan dampak yang baik terhadap peningkatan kinerja dari setiap karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar.

**Kata kunci:** Lead Generation; Etika Bisnis Islam; Kinerja Karyawan; Properti Syariah.

\*Correspondence: Fadly Yashari  
Soumena  
Email: fadly.yashari@gmail.com

Received: 02 Jan 2024  
Accepted: 05 Feb 2024  
Published: 06 Feb 2024



**Copyright:** © 2023 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

generation variables and Islamic business ethics influence employee performance because they have a good impact on increasing the performance of each employee at the Haluoleo Land sharia property, Makassar city

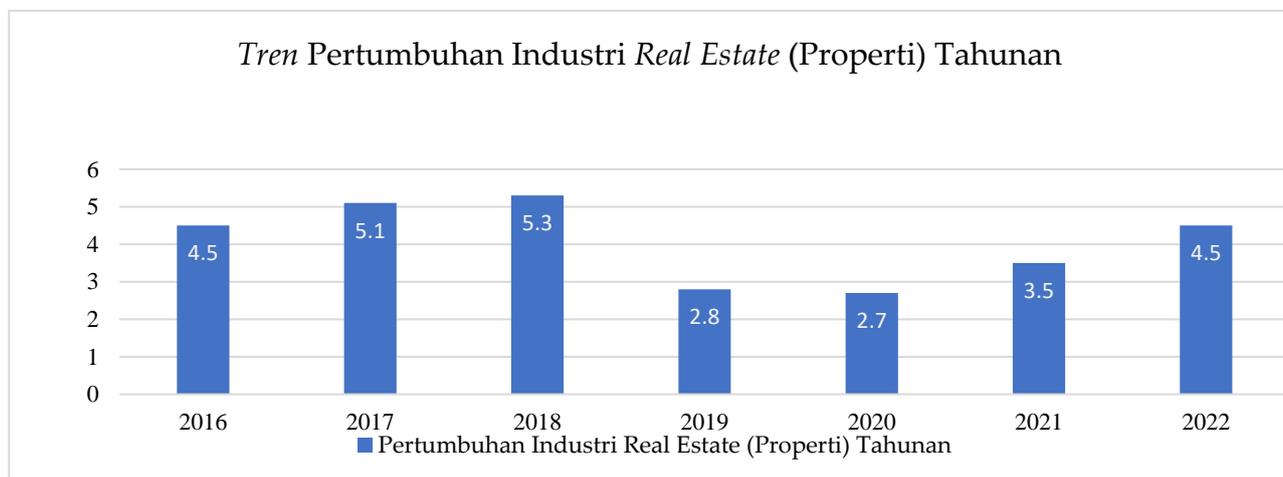
**Keywords:** Lead Generation; Islamic Business Ethics; Employee performance; Sharia Property.

**Abstract:** This research aims to analyze the influence of lead generation and Islamic business ethics on employee performance at Haluoleo Land Syariah Properties, Makassar City. The time of the research was carried out from June 2023 to July 2023. This type of quantitative research used a survey approach. The data source used is primary data, the population used was 60 employees of Haluoleo Land sharia property Makassar city. The samples used were 60 samples using saturated sampling techniques. The data analysis method uses multiple linear regression analysis and the data analysis technique uses the SPSS version 26 application. The results of this research show that (1) partially lead generation has a positive and significant influence on employee performance at the Haluoleo Land sharia property in Makassar City, (2) partially Islamic business ethics has a positive and significant influence on employee performance at the Haluoleo Land sharia property in Makassar City, Makassar, (3) simultaneously lead generation and Islamic business ethics have a positive and significant effect on employee performance at the Haluoleo Land sharia property, Makassar city. Based on the research results above, the implications of this research show that the lead

## Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi saat ini dipengaruhi oleh beberapa sektor salah satunya yakni sektor properti. Properti merupakan sektor yang berperan penting dalam kehidupan masyarakat dan negara khususnya Indonesia yang sedang mengalami kenaikan yang sangat drastis di beberapa dekade terakhir ini (Ayunasrah et al., 2022; S. F., Harahap & Tirtayasa, 2020). Ada banyak parameter yang dapat dilihat sekarang ini seperti semakin banyak masyarakat yang mendirikan perumahan-perumahan baru yang dengan menyuguhkan harga yang relatif lebih rendah. Kebutuhan akan hunian terus mengalami peningkatan dikarenakan komponen penun-jang untuk kepemilikan rumah juga sangat mudah menjangkau beragam lapisan masyarakat. Perkembangan properti dapat dilihat dari pertumbuhan yang ditandai dengan banyaknya perusahaan properti yang masuk pasar modal. Oleh sebab itu, investor harus pandai dalam memilih perusahaan mana yang layak untuk diinvestasikan (Ashry & Fitra, 2019; Paujiah & Gustiawan, 2020; Rianto, 2021).

CEO Indonesia Property Watch (IPW) Advisory Group Ali Tranghanda mengatakan bahwa sejauh ini industri properti telah anjlok 60 persen dibandingkan dengan 2019. Penjualan merosot tajam menyusul aktivitas yang juga terbatas. Rata-rata pertumbuhan industri properti setiap tahunnya berkisar 5 persen. Sejumlah pakar, pengembang, dan pegiat bisnis properti sebelumnya memproyeksikan industri properti setidaknya dapat tumbuh di antara 5 persen hingga 8 persen (Katrin & Vanel, 2020; Maldini & Prawata, 2020; Mohammad & Rahim, 2021)



**Gambar 1** Pertumbuhan Industri (Properti) 2016-2022

Berdasarkan gambar 1 terlihat bahwa pertumbuhan sektor properti dan real estate Indonesia pada tahun 2016, mengalami penurunan pertumbuhan yang signifikan, dari sekitar 7,5% pada tahun 2011 menjadi sekitar 4,5% pada tahun 2016. Pada tahun 2017-2018, terjadi pemulihan pada sektor properti dan real estate Indonesia, dengan pertumbuhan sekitar 5,1% pada tahun 2017 dan 5,3% pada tahun 2018. Pada tahun 2019-2020, sektor properti dan real estate Indonesia kembali mengalami perlambatan pertumbuhan dengan

hanya mencapai sekitar 2,8% pada tahun 2019 dan 2,7% pada tahun 2020. Pada tahun 2021, sektor properti dan real estate Indonesia diperkirakan mengalami pemulihan dengan pertumbuhan sekitar 3,5%. Pada tahun 2022, sektor properti dan real estate Indonesia diperkirakan akan mengalami pertumbuhan sekitar 4,5% (Fauzi, 2020)

Tren tersebut juga terjadi pada beberapa wilayah di Indonesia, termasuk provinsi Sulawesi Selatan khususnya kota Makassar. Properti syariah di kota Makassar mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan properti syariah tersebut terlihat dari semakin banyaknya proyek properti syariah yang dibangun dan semakin meningkatnya minat masyarakat untuk membeli properti syariah di kota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari adanya sejumlah proyek properti syariah yang dibangun seperti apartemen, rumah, dan pusat perbelanjaan syariah (Fauzi, 2020)

Menurut Simamora et al. (2024) Sulawesi Selatan khususnya kota Makassar merupakan daerah yang banyak menjadi sasaran sebagai lahan berinvestasi. Bisnis properti salah satunya, sejak beberapa tahun terakhir ini pertumbuhan bisnis terus meningkat di kota Anging Mamiri. Merujuk pada data real estate Indonesia Sulawesi Selatan, bisnis properti di Sulawesi Selatan tumbuh di kisaran 19,8%. Ada banyak masyarakat diluar daerah yang juga membangun perumahan dari hunian rumah tapak hingga hunian vertikal. Segmen pasar properti menengah ke atas di Makassar mendapat dorongan dari investor dan pengusaha yang berani berinvestasi. Adapun setelah pemilu 2019, pasar perumahan menengah bawah dan menengah atas di Kota Makassar terus membaik, bahkan pembelian rumah di atas Rp. 1 miliar sudah ramai pembeli.

Properti yang sekarang banyak dikenal oleh masyarakat dan menjadi bahan perbandingan adalah properti syariah dan properti konvensional. Properti konvensional dalam jual beli rumah menggunakan pembiayaan yang melibatkan perbankan dan anggurannya tergantung pada suku bunga, sedangkan di properti syariah dalam skema pembiayaannya tidak mengenal bunga melainkan bagi hasil. Adapun dalam transaksinya di properti konvensional hanya mengenal satu perjanjian pinjaman yakni jual-beli, sedangkan pada properti syariah sangat mengutamakan akad atau perjanjian pada transaksinya. Beberapa jenis akad yang dikenal dalam sistem properti syariah diantaranya murabahah (jual-beli), ijarah (sewa), ijarah muntahiyah bit-tamlik (sewa-beli) dan musyarakah mutanaqishah (kepemilikan bertahap (Fauzi, 2020).

Lead generation menjadi salah satu aspek yang berperan penting dalam keberhasilan suatu bisnis, karena hal ini yang akan berdampak terhadap pendapatan atau profit yang akan diterima oleh perusahaan. Perusahaan properti syariah Haluoleo Land dalam hal ini telah menerapkan lead generation dalam memasarkan produknya dilihat dari penyebaran iklan yang dilakukan melalui beberapa aplikasi sosial media dan juga blog. Perlu diketahui bahwa dengan berkembangnya suatu perusahaan maka semakin besar pula kompetitor yang ada, maka diperlukan strategi yang tepat dalam pemasaran produknya (Apriliani & Sriathi, 2019; Atila & Syarvina, 2022; Firmansyah & Utami, 2022).

Salah satu perusahaan bisnis properti yang berkembang saat ini di kota Makassar yakni perusahaan properti syariah Haluoleo Land. Perusahaan ini merupakan instansi yang bergerak dalam bidang penjualan rumah, tanah kavling, villa dan juga wisata alam.

Properti Haluoleo Land menyuguhkan perumahan yang bernuansa syariah dan tentunya dalam praktiknya sesuai dengan prinsip Islam. Saat ini, Haluoleo Land memiliki beberapa kantor cabang yang sama-sama bergerak dalam mengembangkan perusahaan properti diantaranya PT. Al Fath Syariah Indonesia, PT. Mahakarya, dan PT. Tallasa Fifht Season.

Penelitian ini juga memberikan kebaruan penelitian yang dapat dilihat pada variabel yang digunakan yaitu Lead Generation, dimana pada penelitian terdahulu belum banyak yang menggabungkan ketiga variabel yang penulis gunakan. Sehingga menjadi tujuan penulis ingin mengkaji pengaruh lead generation dan etika bisnis Islam terhadap kinerja karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar.

## Metode Penelitian

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Penelitian ini berlandaskan data konkrit yang diperoleh dari data primer.

### Populasi, Sampel, Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di perusahaan properti Haluoleo Land kota Makassar yang berjumlah 60 karyawan. Teknik pengambilan sampel yang diangkat berupa teknik sampling jenuh yang lebih menekankan pada metode pengambilan sampel dari seluruh jumlah populasi. Sampel ditentukan berdasarkan sebuah rumusan masalah, hipotesis, instrumen yang digunakan dalam penelitian dan juga teknik pengambilan sampel, maka dalam hal ini penulis menetapkan sampel sebanyak 60 responden yang akan digunakan dalam penelitian.

### Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan tiga metode pengumpulan data yaitu melalui observasi, dokumentasi dan penyebaran kuesioner yang bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan. Setelah data telah dikumpulkan, penulis kemudian melakukan uji data menggunakan aplikasi IBM SPSS Version 26 yang selanjutnya dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh. Pada penelitian ini juga penulis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda sebagai metode analisis data. Ada beberapa jenis pengujian yang digunakan penulis diantaranya uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial (t) dan uji simultan (f), dan yang terakhir yakni uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

### Persetujuan Etik

Penelitian ini telah memiliki izin dari berbagai instansi dengan mengikuti berbagai rangkaian perizinan. Pada tahap awal, penulis mengajukan permohonan izin penelitian yang diajukan kepada Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq-Kepala UPT P2T BKPM

Provinsi Sulawesi Selatan dengan nomor surat 142/FEBI.01/IPI/VII/2023.

Permohonan izin yang telah diterbitkan, selanjutnya penulis melakukan konfirmasi surat penelitian kepada Gubernur Sulawesi Selatan sebagai pihak yang dituju dengan mengakses link yang telah disediakan yakni website neni si lincah. Melalui link ini penulis harus mendaftar dan mengisi data diri agar memiliki akun untuk kemudian bisa melakukan konfirmasi surat izin penelitian. Setelah melakukan konfirmasi dan memperoleh surat izin dari pihak terkait, penulis kemudian melakukan pengantaran surat balasan yang telah diperoleh menuju tempat yang akan dilakukan penelitian yakni kepada karyawan bagian sumber daya manusia kantor haluoleo land kota Makassar.

Setelah surat diterima dan dikonfirmasi oleh pimpinan kantor Properti Syariah Haluoleo Land, penulis kemudian mendapatkan izin penelitian di perusahaan tersebut. Penelitian ini dilakukan secara online, oleh sebab itu penulis membutuhkan waktu kurang lebih satu pekan untuk memperoleh data dari karyawan properti syariah haluoleo land kota Makassar.

## Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini penulis akan menjabarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Data penelitian ini akan dijelaskan dan diuraikan melalui analisis deskriptif responden dan hasil uji analisis. Sampel yang diperlukan dalam penelitian ini sebanyak 60 sampel.

### Hasil Penelitian

#### Deskripsi Responden

Setelah kuesioner disebarkan kepada 60 responden, terdapat data tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin usia, jabatan, dan lama bekerja dapat dilihat pada tabel 1.

Berdasarkan tabel 1 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 75% atau 45 responden dan begitu juga sebaliknya, sebanyak 25% atau 15 responden yang mengisi kuesioner adalah laki-laki. Pada karakteristik berdasarkan usia, jumlah responden yang paling banyak berasal dari usia 21-30 tahun. Sehingga, dari 60 karyawan Perusahaan properti syariah haluoleo land kota Makassar disimpulkan didominasi oleh usia 21-30 tahun. Pada karakteristik berdasarkan jabatan karyawan pada bidang Marketing merupakan jumlah responden terbanyak yakni sebesar 15 responden. Sedangkan SDM officer memiliki jumlah paling sedikit yaitu 2 responden. Adapun pada karakteristik lama bekerja, jumlah karyawan yang bekerja pada rentang waktu 1 sampai 2 tahun merupakan jumlah terbanyak dibanding responden yang bekerja selama 4-5 tahun.

**Tabel 1.** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	<b>Keterangan</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Jenis Kelamin</b>	<i>Laki-laki</i>	15	25%
	<i>Perempuan</i>	45	75%
<b>Usia</b>	<20	4	6,7 %
	21-30	47	78,3%
	31-40	9	15%
	41-50	0	0
	>50	0	0
<b>Jabatan</b>	<i>SDM Officer</i>	2	3,3%
	<i>Legal</i>	4	6,7%
	<i>Finance</i>	9	15%
	<i>Pengawas lapangan</i>	6	10%
	<i>Marketing</i>	15	26,6%
	<i>Admin Proyek</i>	6	10%
	<i>Collection</i>	3	5%
	<i>Media Kreatif</i>	6	10%
	<i>Arsitek</i>	4	6,7%
	<i>Manager Proyek</i>	4	6,7%
<b>Lama Bekerja</b>	<i>Kurang dari 1 Tahun</i>	10	16,7%
	<i>1-2 Tahun</i>	32	53,3%
	<i>3 Tahun</i>	17	28,3%
	<i>4-5 Tahun</i>	1	1,7%
	<i>Lebih dari 5 Tahun</i>	0	0

### Deskripsi Tanggapan Responden

Deskripsi tanggapan responden menunjukkan penilaian terhadap variabel lead generation, etika bisnis Islam dan kinerja karyawan. Penilaian dinyatakan dalam bentuk skala likert dengan kriteria sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), cukup setuju (CS), setuju (S) dan sangat setuju (SS).

Berdasarkan tabel 2, item pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi berada pada item pertama dengan nilai 4,38, dapat dilihat bahwa sebanyak 27 responden yang memilih sangat setuju pada pernyataan pertama, yakni "Produk yang ditawarkan oleh Perusahaan properti syariah haluoleo land layak untuk dijual". Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada item ketiga belas dengan nilai 3,85, dan dapat dilihat bahwa hanya 13 responden yang lebih memilih sangat setuju dan 2 responden yang memilih tidak setuju pada pernyataan "Fasilitas Perusahaan properti syariah haluoleo land sangat memadai".

**Tabel 2.** Tanggapan Responden

<i>Variabel</i>	<i>Q</i>	<i>STS</i>		<i>TS</i>		<i>CS</i>		<i>S</i>		<i>SS</i>		<i>Skor</i>	<i>Mean</i>
		<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>		
<b>Lead Generation</b>	1	0	0	0	0	3	5	30	50	27	45	963	4,38
	2	0	0	0	0	5	8,3	33	55	22	36,7	257	4,28
	3	0	0	0	0	9	15	33	55	18	30	249	4,15
	4	0	0	0	0	14	23,3	28	46,7	18	30	242	4,03
	5	0	0	0	0	9	15	33	55	18	30	250	4,17
	6	0	0	0	0	2	3,3	38	63,3	20	33,3	259	4,32
	7	0	0	0	0	5	8,3	36	60	19	31,7	252	4,20
	8	1	1,7	0	0	12	20	29	48,3	18	30	243	4,05
	9	0	0	0	0	15	25	26	43,3	19	31,7	242	4,03
	10	0	0	2	3,3	14	23,3	27	45	17	28,3	238	3,97
	11	0	0	0	0	8	13,3	31	51,7	21	35	253	4,22
	12	0	0	0	0	5	8,3	35	58,3	20	33,3	253	4,22
	13	0	0	2	3,3	20	33,3	25	41,7	13	21,7	231	3,85
	14	0	0	0	0	12	20	33	55	15	25	243	4,05
<b>Jumlah rata-rata</b>												<b>57,92</b>	
<b>Etika Bisnis Islam</b>	1	0	0	0	0	0	0	18	30	42	70	279	4,65
	2	0	0	0	0	1	1,7	29	48,3	30	50	269	4,48
	3	0	0	0	0	3	5	36	60	21	35	258	4,30
	4	0	0	1	1,7	5	8,3	35	58,3	19	31,7	252	4,20
	5	0	0	1	1,7	13	21,7	32	53,3	14	23,3	240	4,00
	6	0	0	0	0	6	10	32	53,3	22	36,7	254	4,23
<b>Jumlah rata-rata</b>												<b>25,87</b>	
<b>Kinerja Karyawan</b>	1	0	0	0	0	5	8,3	32	53,3	23	38,3	256	4,27
	2	0	0	0	0	3	5	33	55	24	40	259	4,32
	3	1	1,7	0	0	3	5	83	63,3	18	30	250	4,17
	4	0	0	0	0	2	3,3	38	63,33	20	33,3	257	4,28
	5	0	0	0	0	6	10	34	56,7	20	33,3	251	4,18
	6	0	0	0	0	6	10	34	56,7	20	33,3	254	4,23
	7	0	0	0	0	8	13,3	37	61,7	15	25	246	4,10
	8	0	0	0	0	6	10	32	53,3	22	36,7	253	4,22
<b>Jumlah rata-rata</b>												<b>33,77</b>	

Pada variabel etika bisnis Islam skor tertinggi terdapat pada item pertama yakni 4,65 dengan 42 responden yang setuju dengan pernyataan “Saya menganggap kejujuran sebagai nilai yang sangat penting dalam hidup”. Sedangkan skor terendah terdapat pada item kelima dengan nilai rata-rata 4,00.

Pada variabel kinerja karyawan skor tertinggi terdapat pada item dengan skor rata-rata 4,32 sebanyak 24 responden yang memilih sangat setuju pada pernyataan “Saya percaya bahwa kejujuran adalah kunci untuk membangun kepercayaan dengan orang lain”. Sedangkan jika dilihat pada skor terendah terdapat pada item ketujuh dengan nilai rata-rata 4,10 dengan 15 responden yang memilih sangat setuju mengenai pernyataan “Saya

merasa bangga menjadi bagian dari perusahaan ini”.

## Hasil Uji Kualitas Data

### Kualitas Data

#### 1) Uji Validitas Data

Uji validitas data digunakan untuk mengetahui suatu indikator dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan menggunakan rumus  $df = n-2$ :  $df = 60-2 = 58$ . Jika  $r_{tabel} = 0,2144$ , maka nilai  $r_{hitung}$  yang digunakan yakni sebesar 0,2144 dan untuk memperoleh hasil perhitungan dapat dinyatakan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.** Uji Validitas

Variabel	Q	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
<b>Lead Generation (X<sub>1</sub>)</b>	1	0,547	0,2144	Valid
	2	0,466	0,2144	Valid
	3	0,495	0,2144	Valid
	4	0,600	0,2144	Valid
	5	0,483	0,2144	Valid
	6	0,497	0,2144	Valid
	7	0,582	0,2144	Valid
	8	0,363	0,2144	Valid
	9	0,729	0,2144	Valid
	10	0,701	0,2144	Valid
	11	0,422	0,2144	Valid
	12	0,553	0,2144	Valid
	13	0,637	0,2144	Valid
	14	0,643	0,2144	Valid
<b>Etika Bisnis Islam (X<sub>2</sub>)</b>	1	0,593	0,2144	Valid
	2	0,709	0,2144	Valid
	3	0,580	0,2144	Valid
	4	0,662	0,2144	Valid
	5	0,648	0,2144	Valid
	6	0,644	0,2144	Valid
<b>Kinerja Karyawan (Y)</b>	1	0,509	0,2144	Valid
	2	0,477	0,2144	Valid
	3	0,583	0,2144	Valid
	4	0,500	0,2144	Valid
	5	0,581	0,2144	Valid
	6	0,611	0,2144	Valid
	7	0,672	0,2144	Valid
	8	0,609	0,2144	Valid

Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel lead generation, etika bisnis Islam dan kinerja karyawan yang digunakan terbukti valid dan layak digunakan sebagai rujukan penelitian selanjutnya.

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas biasanya digunakan untuk melihat standar dalam metode cronbach's alpha dinyatakan pada tingkat reliabilitas suatu indikator yakni  $> 0,61$ . Berikut tingkat reliabilitas variabel dapat diuraikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4** Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Lead Generation ( $X_1$ )	0,823	0,61	Sangat Reliabel
Etika Bisnis Islam ( $X_2$ )	0,706	0,61	Reliabel
Kinerja Karyawan (Y)	0,701	0,61	Reliabel

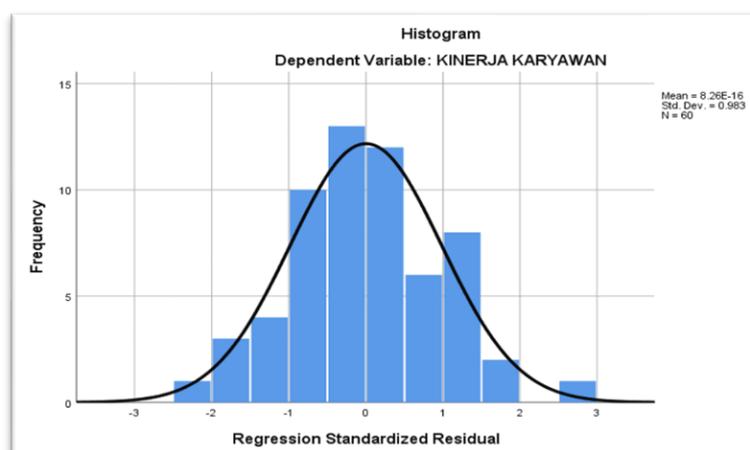
Sumber: Data primer yang diolah di SPSS, 2023

Tabel 4 memperlihatkan tingkat reliabilitas  $> 0,61$  terhadap ketiga variabel yang digunakan. Variabel lead generation, etika bisnis Islam dan kinerja karyawan memiliki hasil yang reliabel dan sangat reliabel dengan nilai  $> 0,61$  sesuai dengan standarisasi cronbach's alpha. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan reliabel dan akan tetap mendapatkan hasil yang sama jika digunakan secara berulang kali.

## Uji Asumsi Klasik

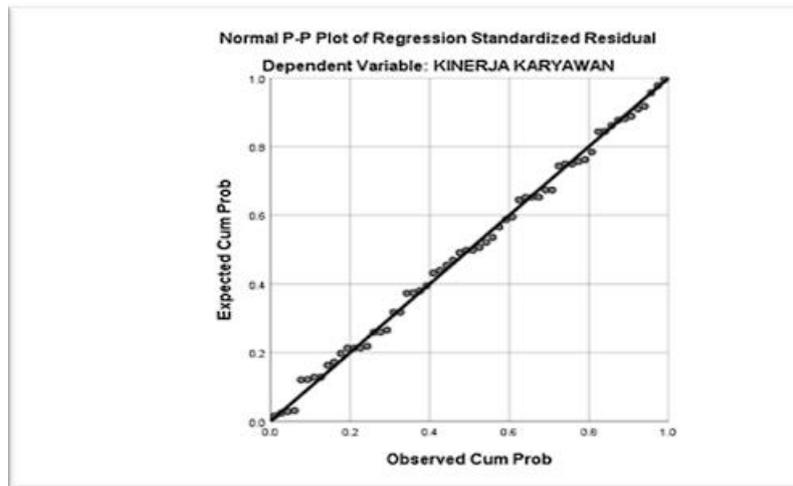
### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk membuktikan suatu variabel bebas dan terikat berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, penulis menggunakan tiga metode untuk melihat suatu data berdistribusi normal atau sebaliknya yakni melalui histogram, P-Plot dan nilai asymp signifikan pada uji (K-S) kolmogrov-smirnov.



**Gambar 2.** Uji Normalitas Histogram

Berdasarkan gambar 2, dapat dipastikan bahwa pola histogram tegak lurus dan mengikuti titik 0 serta pola yang dihasilkan tidak condong ke kanan dan tidak condong ke kiri menunjukkan bahwa data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.



**Gambar 3.** Uji Normalitas P-Plot

Sumber: Data primer yang diolah di SPSS, 2023

Berdasarkan grafik pada gambar 3 P-Plot, maka dapat dilihat dari letak titik pada grafik P-Plot apabila mengikuti garis diagonal maka dapat dinyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Data berdistribusi normal juga bisa dilihat melalui metode uji K-S yang dimana data dapat dikatakan ber-distribusi normal jika nilai asymp bernilai signifikan pada kol-mogrov-smirnov  $> 0,05$ .

**Tabel 5.** Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08951128
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.041
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber: Data primer yang diolah di SPSS, 2023

Tabel 5 menguraikan terkait data residual variabel berdistribusi normal, dibuktikan melalui data asymp sig (2-tailed)  $0,200 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel lead generation dan etika bisnis Islam terhadap kinerja karyawan perlu diteliti.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini mengacu pada nilai tolerance dan nilai VIF yang digunakan untuk mengetahui data yang diperoleh dari variabel bebas terdapat gejala multikoloneritas atau tidak. Dapat dikatakan bebas dari gejala multikoloneritas atau hubungan korelasi, apabila nilai VIF  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,1$ .

**Tabel 6.** Uji Multikolinearitas

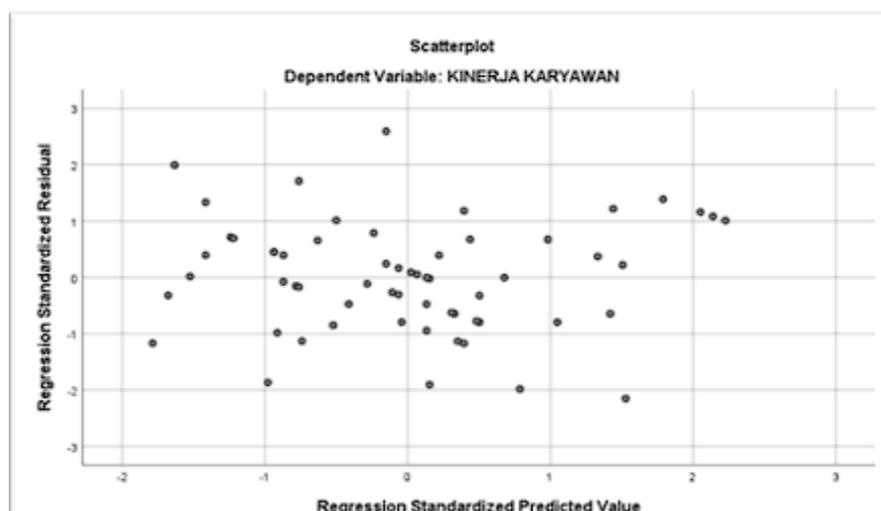
		Coefficients <sup>a</sup>	
Model		Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	Lead Generation (X <sub>1</sub> )	0,636	1.573
	Etika Bisnis Islam (X <sub>2</sub> )	0,636	1.573
a.	Variable: Minat Masyarakat (Y)		Dependent

Sumber: Data primer yang diolah di SPSS, 2023

Tabel 6 memperlihatkan bahwa variabel lead generation dan etika bisnis Islam memiliki nilai tolerance  $0,636 > 0,1$  dan nilai VIF  $1,573 < 10$ . Berdasarkan nilai tersebut, maka dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikoloneritas.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Pada uji ini, penulis menggunakan model scatterlot untuk mengidentifikasi adanya gejala heteroskedastisitas. Upaya untuk melihat apakah terdapat gejala atau tidak dapat diperhatikan pada penyebaran titik-titik di sekitar angka nol dengan tidak membentuk pola tertentu. Jika hal tersebut terjadi, maka dapat dipastikan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila penyebaran titik-titik membentuk sebuah pola atau penyebarannya tidak merata, maka model regresi dapat dikatakan terdapat gejala heteroskedastisitas. Data scatterplot yang telah diolah dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 4.** Uji Heteroskedastisitas Scatterplot Model

Pada gambar 4 mengenai data scatterplot, menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan penyebarannya merata. Hal tersebut membuktikan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas yang terjadi dan dapat digunakan untuk melihat adanya pengaruh lead generation dan etika bisnis Islam terhadap kinerja karyawan.

### Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel bebas lead generation dan etika bisnis Islam terhadap variabel terikat kinerja karyawan. Data regresi linear berganda yang telah dianalisis dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 7.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	11,011	3,448	
Lead Generation (X1)	0,160	0,066	0,302
Etika Bisnis Islam (X2)	0,521	0,150	0,432

Sumber: Data primer yang diolah di SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 7, arah hubungan kedua variabel independent adalah bernilai positif. Persamaan regresinya dapat dilihat pada pernyataan di bawah ini:

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

$$\text{Kinerja Karyawan} = 11,011 + 0,160 + 0,521 + \varepsilon$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 11,011. Artinya ketika lead generation dan etika bisnis Islam bernilai 0, maka kinerja karyawan tetap bernilai 11,011.
2. Pada variabel lead generation  $\beta_1 = 0,160$ . Jika variabel lead generation mengalami peningkatan satu satuan, maka variabel kinerja karyawan meningkat sebanyak 0,160. Artinya, semakin baik lead generation yang ditetapkan dalam sebuah perusahaan, maka semakin baik pula kinerja yang akan diberikan dari setiap karyawan.
3. pada variabel etika bisnis Islam  $\beta_2 = 0,521$  yang artinya jika variabel etika bisnis Islam mengalami kenaikan satu-satuan, maka kinerja karyawan 0,052. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin baik penerapan etika bisnis Islam dalam sebuah perusahaan, maka akan berdampak baik terhadap kinerja karyawan.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar variabel bebas memengaruhi variabel terikat.

**Tabel 8.** Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,660 <sup>a</sup>	0,436	0,416	2.126

Sumber: Data primer yang diolah di SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 8, dapat dilihat bahwa nilai adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,416 atau 41,6%. Hal ini menandakan bahwa variabel kinerja karyawan dipengaruhi 41,6% oleh variabel lead generation dan etika bisnis Islam. Nilai tersebut mengisyaratkan bahwa variabel independent lemah dalam memengaruhi variabel dependent. Sedangkan variabel kinerja karyawan 58,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

### Uji Hipotesis

#### 1) Uji Parsial (t)

Uji ini dilakukan untuk memperlihatkan secara parsial pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel, maka hipotesis diterima.

**Tabel 9.** Uji Parsial (t)

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	11.011	3,448		3,193	0,002
Lead Generation (X <sub>1</sub> )	0,160	0,066	0,302	2,424	0,019
Etika Bisnis Islam (X <sub>2</sub> )	0,521	0,150	0,432	3,465	0,001

Sumber: Data primer yang diolah di SPSS, 2023

#### a) Pengaruh Lead Generation terhadap kinerja karyawan

Berdasarkan jumlah responden penelitian, maka t tabel ditetapkan dengan rumus  $df = n - k$ ;  $df = 60 - 3 = 57$  dengan taraf signifikan 2-tailed sebesar 0,05. Maka, nilai t tabel adalah 1,672. Hasil pengujian diperoleh t hitung 2,424 > t tabel 1,672 dengan tingkat signifikan 0,019 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lead generation secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.

#### b) Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Karyawan

Hasil pengujian diperoleh t hitung 3,465 > t tabel 1,672 dengan tingkat signifikan 0,001 < 0,05. Hal ini menandakan bahwa variabel etika bisnis Islam secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga H<sub>2</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.

## 2) Uji Simultan (F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent. Apabila F hitung > F tabel dan nilai signifikansinya <0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung F tabel yakni  $df = n-k-1$ . Hasil dari olah datanya sebagai berikut:

**Tabel 10.** Uji Simultan (F)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199,136	2	99,568	22,032	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	257,597	57	4.519		
	Total	456,733	59			

Sumber: Data primer yang diolah di SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 10, diketahui nilai F hitung yang diperoleh sebesar 22,032 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Adapun untuk mencari nilai F tabel dapat diketahui melalui tabel statistic dengan taraf signifikan 0,05 dengan menggunakan rumus  $df_1=k-1$ ;  $df_2=3-1=2$ ; dan  $df_2=n-k-1$ ;  $df=60-2-1=57$ . Sehingga diperoleh nilai F tabel 3,159. Hal ini dapat disimpulkan bahwa F hitung 22,032 > F tabel 3,159 dengan taraf signifikan sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa secara simultan variabel lead generation dan etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga dalam hal ini  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang telah dilakukan, selanjutnya akan dijelaskan mengenai gambaran dari pengaruh antar ketiga variabel dalam penelitian ini. Pada bab sebelumnya juga telah dibahas mengenai teori utama dalam penelitian ini yakni Theory Z. Teori ini menjelaskan tentang pentingnya posisi dan peran seorang karyawan dalam sebuah perusahaan. Hal ini erat kaitannya terhadap perusahaan yang harus memperhatikan kenyamanan dari setiap karyawan, karena kesuksesan sebuah perusahaan berasal dari sumber daya manusia yang kompeten.

Berdasarkan asumsi teori dan hasil analisis yang telah digunakan untuk menjawab semua hipotesis dalam penelitian ini, maka penulis akan menjabarkan pengaruh lead generation dan etika bisnis Islam terhadap kinerja karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar.

## Pengaruh lead generation (X1) terhadap kinerja karyawan (Y)

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel lead generation dinyatakan ber-pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal tersebut dibuktikan pada tabel 4.14 yang memperlihatkan nilai t hitung 2,424 > t tabel 1,672 dengan nilai tingkat signifikan sebesar 0,019 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa lead generation yang mumpuni, maka

akan dapat meningkatkan kinerja karyawan di perusahaan properti syariah haluoleo land kota Makassar.

Salah satu faktor dalam strategi pemasaran digital yang menjadi pertimbangan karyawan untuk tetap memilih berkomitmen terhadap perusahaan properti syariah haluoleo land dan memperbaiki kinerjanya adalah dikarenakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan sangat menarik dan layak untuk dipasarkan sehingga memungkinkan keuntungan atau omset yang diperoleh juga akan meningkat. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil analisis tanggapan responden pada tabel 4.5, dapat dilihat bahwa terdapat 45 dari total 60 responden yang memilih sangat setuju terhadap pernyataan "Produk yang ditawarkan oleh perusahaan properti syariah haluoleo land layak untuk dijual", sehingga dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa produk yang memiliki kualitas yang baik dan pantas untuk dijual, maka akan menjadi faktor utama bagi setiap karyawan dalam memperbaiki kinerjanya.

Hasil analisis serta hasil pengujian di atas juga diperkuat oleh hasil uji re-gresi linear berganda yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan atau arah positif variabel lead generation dalam memengaruhi kinerja karyawan. Hal tersebut dapat dibuktikan pada tabel 4.12 yang memperlihatkan nilai  $\beta_1 = 11,011$ . Artinya, jika terjadi kenaikan satu-satuan maka kinerja karyawan akan meningkat sebesar 1101.1%. sehingga, dari hasil tersebut dapat diuraikan bahwa semakin baik strategi pemasaran digital (lead generation) dalam sebuah perusahaan, maka akan semakin meningkatkan kinerja setiap karyawan di perusahaan tersebut. (Ali & Lubis, 2017; Hasan, 2018; Rahmawati & Hidayat, 2019; Setiawan & Sari, 2020)

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang ditulis (Kartika, 2020) dengan judul penelitian pengaruh Internal Marketing, Komitmen Organisasional, Orientasi Perusahaan Terhadap Kinerja Karyawan di Bank CIMB Niaga Surabaya". Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial internal marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sama halnya mengenai komitmen organisasi dan orientasi perusahaan yang juga masing-masing berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

### **Pengaruh etika bisnis Islam (X2) terhadap kinerja karyawan (Y)**

Berdasarkan hasil uji parsial (t), variabel etika bisnis Islam dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal tersebut dibuktikan pada tabel 4.14 yang menampilkan nilai t hitung  $3,465 > t$  tabel  $1,672$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$ . Hal ini memperlihatkan bahwa penerapan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam di sebuah perusahaan, maka dapat memberikan output yang baik kedepannya. Faktor penentu keberhasilan bisnis bukan hanya terletak pada hal-hal yang bersifat materi, tetapi dengan memiliki SDM yang profesional, serta sikap dan perilaku etik yang baik maka secara tidak langsung dapat meningkatkan citra perusahaan. (Arbai, 2021; Sihaloho & Siregar, 2020; Syafiq, 2019)

Berdasarkan indikator yang digunakan, kejujuran merupakan indikator yang menjadi faktor utama dalam kinerja karyawan. Hal ini dapat dibuktikan pada tabel 4.6 hasil analisis

tanggapan responden dari total 60 responden, ada 42 responden yang memilih sangat setuju pada pernyataan "Saya menganggap kejujuran sebagai nilai yang sangat penting dalam hidup". Sehingga, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam sangat penting dan perusahaan harus menerapkan etika bisnis Islam karena dengan begitu perusahaan yang punya standar etik yang baik, maka dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat.

Hasil pengujian serta analisis di atas, juga didukung melalui hasil uji re-gresi linear berganda yang menampilkan bahwa terdapat hubungan atau arah positif etika bisnis Islam dalam memengaruhi kinerja karyawan. Hal tersebut dibuktikan pada tabel 4.12 yang menunjukkan nilai  $\beta_2 = 0,160$ , yang artinya jika terjadi kenaikan satu-satuan, maka kinerja karyawan akan meningkat sebesar 16%. Sehingga, dari hasil tersebut dapat diuraikan bahwa semakin baik etika bisnis Islam yang ada di sebuah perusahaan, maka semakin baik kinerja karyawan yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian yang ditulis oleh (Aryani & Gustian, 2020; Fasa et al., 2020) yang meneliti tentang pengaruh etika bisnis Islam dan kompensasi terhadap peningkatan kinerja karyawan perusahaan properti di Lampung, dengan hasil penelitian etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan perusahaan properti di Lampung, begitu halnya kompensasi yang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan.

### **Pengaruh lead generation (X1) dan etika bisnis Islam (X2) terhadap kinerja karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar.**

Berdasarkan hasil uji simultan (F) variabel lead generation dan etika bisnis Islam dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini dapat diketahui pada tabel 4.15 yang menunjukkan F hitung  $22,032 > F$  tabel  $3,159$  dengan taraf signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama lead generation dan etika bisnis Islam dapat memengaruhi kinerja karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar.

Hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.12 juga menampilkan bahwa ketua variabel independent lead generation dan etika bisnis Islam memiliki arah positif dalam memengaruhi kinerja karyawan. Namun, pada hasil pengujian koefisien determinan menunjukkan nilai adjusted R2 sebesar 0,416. Artinya variabel lead generation dan etika bisnis Islam hanya memberikan pengaruh 41,6% terhadap kinerja karyawan dan 58,4% selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinan di atas, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama pengaruh lead generation dan etika bisnis Islam dapat dikategorikan rendah atau lemah dalam memberikan pengaruh, walaupun memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Oleh karena itu, menjadi tantangan bagi perusahaan properti syariah haluoleo land kota Makassar dalam meningkatkan strategi pemasaran digital dan penerapan etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam, demi peningkatan kinerja karyawan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh D. Harahap et al. (2022) dengan judul "Pengaruh Insentif dan Pemasaran Digital Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan

pada Era Pandemi Covid-19 di Perusahaan Master Cash and Kredit". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan. Selain itu, penelitian ini juga mempunyai hasil yang sama yaitu positif dan signifikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Idrus et al. (2023) yang meneliti terkait pengaruh etika bisnis, motivasi, dan pengalaman kerja terhadap produktivitas kinerja karyawan di pabrik gula semoga jaya desa Tanjungsari kecamatan Boyolangu kabupaten Tulungagung".

### Simpulan

Berdasarkan pada hasil uji dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan (1) Hasil uji hipotesis secara parsial (t) menunjukkan bahwa variabel lead generation berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar, (2) Hasil uji hipotesis secara parsial (t) menunjukkan bahwa variabel etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar, (3) Hasil uji hipotesis secara simultan (F) menunjukkan bahwa lead generation dan etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di properti syariah haluoleo land kota Makassar. Secara bersama-sama variabel pada penelitian ini memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kinerja karyawan sehingga dapat meningkatkan citra dan omset perusahaan dalam lingkup internal begitu juga eksternal.

### Daftar Pustaka

- Ali, M. A. , & Lubis, R. (2017). *Etika Pemasaran Properti Syariah: Tinjauan Konsep dan Praktik Bisnis Islam*. 5(1), 78–92.
- Apriliani, N. K. , & Sriathi, A. A. A. (2019). Pengaruh pemberdayaan, kerja sama tim, dan pelatihan terhadap produktivitas kerja karyawan di Spa Santrian Bali. *E-Jurnal Manajemen*, 5(1), 68–72.
- Arbai, L. M. (2021). *Pengaruh Etika Bisnis, Motivasi, Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kinerja Karyawan di Pabrik Gula Semoga Jaya Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung*.
- Aryani, Y. , & Gustian, D. (2020). Sistem Informasi Penjualan Barang Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Pendapatan Perusahaan. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 2(2), 39–51.
- Ashry, L. Al, & Fitra, H. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Real Estate and Property di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 8–18.
- Atila, C. W., & Syarvina, W. (2022). Analysis of Property Marketing Strategy by Utilizing Digital Marketing (Case Study of PT Rizki Mandiri). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 803–808.

- Ayunasrah, T. , Ratnawati, R. , Diana, R. , & Ansari, A. (2022). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai dengan kepuasan kerja se-bagai variabel mediasi pada dinas lingkungan hidup Kabupaten Bener Meriah. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 4(1), 1–10.
- Fasa, M. I., Arifah, S., Suryanto, T., & Ja'far, K. (2020). PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN KOMPENSASI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN PERUSAHAAN PROPERTI DI PROVINSI LAMPUNG. *Gorontalo Management Research*, 3(1), 191–203.
- Fauzi, N. (2020). *Jual Beli Rumah Di Properti Syariah Dan Konvensional Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. Institut Agama Iislam Negeri Purwokerto.
- Firmansyah, R. , & Utami, S. (2022). Strategi Pemasaran Properti Syariah: Studi Kasus pada Perusahaan Pengembang Properti Islam. *Jurnal Manajemen Pemasaran Syariah*, 14(2), 175–190.
- Harahap, D., Simanjorang, E. F. S., & Rafika, M. (2022). PENGARUH INSENTIF DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA ERA PANDEMI COVID-19 DI PERUSAHAAN MASTER CASH AND KREDIT. *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 1(11), 1539–1550.
- Harahap, S. F. , & Tirtayasa, S. (2020). Pengaruh motivasi, disiplin, dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan di PT. Angkasa Pura II (Persero) kantor cabang Kualanamu. *Manneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 120–135.
- Hasan, A. (2018). Properti Syariah: Konsep Pemasaran dan Etika Bisnis Islam." *Jurnal Bisnis Islam*,. *Jurnal Bisnis Islam*, 12(2), 145–160.
- Idrus, Z. N., Idris, A. A., & Kurniawan, A. W. (2023). PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA PT. MITRA BISNIS TERPERCAYA. *DECISION: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 172–181.
- Kartika, M. G. (2020). Pengaruh Internal Marketing, Komitmen Organisasional, Orientasi Perusahaan Terhadap Kinerja Karyawan Di Bank Cimb Niaga Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(12), 1635–1650.
- Katrin, K. , & Vanel, Z. (2020). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashback) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 1–15.
- Maldini, M. S., & Prawata, A. G. (2020). Apartments with Organic Architecture Approach in Cilandak South Jakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 426(1), 012111. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/426/1/012111>
- Mohammad, R. , & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 5(1), 15–26.
- Paujiah, R. , K. A. M. , & Gustiawan, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pem-belian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking.*, 2(1), 140–147.
- Rahmawati, S. , & Hidayat, A. (2019). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Industri Properti Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 16(1), 45–60.

- 
- Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Perubahan Strategi Pemasaran, Kepemimpinan Transfomasional dan Organisasi Pembelajar terhadap Kinerja Perbankan Syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(1).
- Setiawan, B., & Sari, D. A. (2020). Pemasaran Properti Syariah: Analisis Konsep dan Implementasinya. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 8(3), 210–225.
- Sihaloho, R. D. , & Siregar, H. (2020). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan Pada PT. Super setia sagita medan. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, 9(2), 273–281.
- Simamora, N., Margaretha, D., Xanichal, H., & Hidayat, N. (2024). Influence Of Umr And Investment On Labor Absorption In North Sumatra Province 2011-2020. *JURNAL PEMBANGUNAN EKONOMI DAN KEUANGAN DAERAH*, 25(1), 113–124.
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113.