

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh : 1) etika bisnis islam dan komunikasi darimulut ke mulut terhadap kepercayaan. 2) etika bisnis islam, komunikasi dari mulut ke mulut dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen. Meskipun banyak factor lain yang mempengaruhi meskipun banyak factor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, penelitian ini hanya membahas etika bisnis islam, komunikasi dari mulut ke mulut dan kepercayaan. Data diperoleh dari 100 responden dengan menggunakan koesioner. Analisis data dengan spss 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) etika bisnis islam dan komunikasi dari mulut ke mulut berpengaruh positif terhadap kepercayaan 2) etika bisnis islam dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen 3) komunikasi dari mulut ke mulut tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

**Kata Kunci:** Etika bisnis islam, komunikasi dari mulut ke mulut, kepercayaan, loyalitas