

**PENGARUH IKLAN DAN PERSONAL SELLING SECARA ISLAM
TERHADAP MINAT ANGGOTA
(Studi Kasus Pada BMT BEN Makmur Wedung Demak)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
Jurusan Ekonomi Islam**



Oleh:

**NURUS SA'AD
072411052**

**FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2011**

Drs.H. Hasyim Syarbani, MM.
Jl. Pelem Kuweni No.6 Tambak Aji Semarang
Drs. Wahab Zaenuri, MM
Jl. Bangetayu Wetan RT 2/1 Genuk Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdr. Nurus Sa'ad
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya,
bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

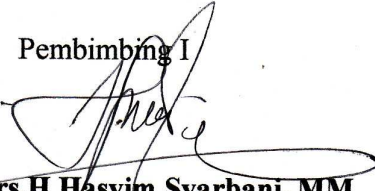
Nama : Nurus Sa'ad
NIM : 072411052
Jurusan : **Ekonomi Islam**
Judul Skripsi : **Pengaruh iklan dan personal selling dalam Islam
terhadap minat nasabah (Studi Kasus BMT Ben
Makmur Wedung Demak)**

Dengan ini, saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat
segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Drs.H Hasyim Syarbani, MM
NIP. 19570913 198203 1 002

Pembimbing II


Drs. Wahab Zaenuri, MM
NIP. 19690908 200003 1001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARI'AH
Jl. Raya DR. HAMKA Km. 02 Telp./Fax. (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Nurus Saad
NIM : 072411052
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Personal Selling Secara Islam Terhadap Minat Anggota (Studi Kasus pada BMT BEN Makmur Wedung Demak)

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang dinyatakan lulus pada tanggal:

22 Desember 2011

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

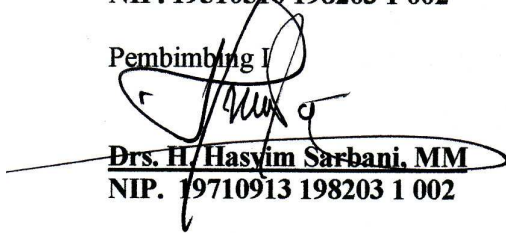
Ketua Sidang


Dr. Imam Yahya, M.Ag
NIP. 19700410 199503 1 001

Penguji I


Drs. H. Djohan Masruhan, MM
NIP. 19510510 198203 1 002

Pembimbing I


Drs. H. Hasyim Sarbani, MM
NIP. 19710913 198203 1 002

Semarang, 22 Desember 2011

Sekretaris Sidang


Drs. Wahab Zaenuri, MM
NIP. 19690908 200003 1 001

Penguji II


Johan Arifin, S.Ag., MM
NIP. 19710908 200212 1 001

Pembimbing II


Drs. Wahab Zaenuri, MM
NIP. 19690908 200003 1 001



ABSTRAKSI

Banyaknya lembaga keuangan baik konvensional maupun syariah menjadikan ketatnya tantangan yang dihadapi oleh BMT Ben Makmur Wedung Demak dalam berusaha mendapatkan cara terbaik untuk merebut anggota dan mempertahankannya. Salah satu cara yang dilakukan agar tujuan itu tercapai adalah dengan berpromosi yang tujuannya mengkomunikasikan produknya kepada masyarakat dengan cara personal selling dan beriklan. Disini BMT Ben Makmur Wedung Demak dalam berpromosi harus dengan menggunakan prinsip-prinsip syari'ah baik yaitu menghindari sumpah palsu dan juga janji-janji palsu kepada calon anggota.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan dalam Islam terhadap minat anggota BMT Ben Makmur Wedung Demak (2) Untuk mengetahui pengaruh personal selling dalam Islam terhadap minat anggota BMT Ben Makmur Wedung Demak (3) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan dan personal selling dalam Islam terhadap minat anggota BMT Ben Makmur Wedung Demak

Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi variabel iklan dan personal selling dalam Islam serta minat anggota BMT Ben Makmur Wedung Demak. (2) Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh iklan dan personal selling dalam Islam terhadap minat anggota BMT Ben Makmur Wedung Demak.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian adalah iklan dalam Islam variabel independen (X_1) dan pengaruh personal selling dalam Islam variabel independen (X_2) sengan minat anggota merupakan variabel dependen (Y). Adapun subjek penelitian adalah BMT Ben Makmur Wedung Demak sebagai unit yang dianalisis. Sampel penelitian sebanyak 76 nasabah dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Metodologi yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji t parsial dan uji F secara simultan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah iklan dan personal selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Angka R square atau Koefisien Determinasi adalah 0,156 (berasal dari $0,394 \times 0,394$). Hal ini berarti 15,6% variasi dari Minat bisa dijelaskan oleh variasi dari dua variabel independent. Sedangkan sisanya ($100\% - 15,6\% = 84,4\%$) mungkin dipengaruhi oleh lain yang tidak dijelaskan di penelitian ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, Desember 2011

Deklarator,



NURUS SA'AD

NIM: 072411052

MOTTO

.....وَأَجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ

”.....Dan jauhilah perkataan-perkataan dusta”(QS.Al-Hajj:30)

PERSEMBAHAN

Dengan bangga dan bahagia, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

- Seseorang yang selalu ada dalam hatiku, seseorang yang selalu ada dalam setiap doa-doaku, seseorang yang selalu menjadi semangat hidupku dalam melangkah kedepan, seseorang yang selalu menanamkan nilai-nilai kebajikan dan kasih sayang kepada keluarga dan anak-anaknya, skripsi ini spesial saya persembahkan untukmu wahai ayahandaku (H. Nur Kholish) ya Allah berikanlah ayahku tempat yang istimewa disisiMu .Amin
- Ibuku tercinta (Lis Sa'adah) terima kasih atas kasih sayang, perhatian, do'a dan perjuangan yang anda lakukan demi menjadikan penulis menjadi sarjana. I Love Ibu.
- Kakak-kakakku dan kakak iparku (mas wafiq, mas falah dan mbak anik), adik-adikku (dek lia dan dek ima) serta keponakan-keponakanku yang lucu,(kheisyia dan faris) terima kasih atas kasih sayang, doa dan perhatiannya.
- Buat Almh. Mbak Rizka Lendra Vertova semoga Allah memberikan tempat yang istimewa disisiNya.
- Buat pendamping hidupku kelak (Nur Iza Kholida) terima kasih karena selalu mendampingi penulis dengan sabar dalam pembuatan skripsi ini.
- Teman-temanku Kontrakan Karonsih (Bay,Ulil, Afit, Picus, Kasan, dan Fajri) terima kasih atas tempat yang selama ini kalian berikan kepada penulis untuk berteduh dari panas dan hujan serta sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Teman-teman seperjuanganku EIB Belguyank wabil khusus (bay, alaik, faqih, fajri, boby, kasan, zen, picus, yuyun, rani, syafik, firoh, malik, dan mihex) terima kasih atas persahabatan yang tulus yang kalian berikan selama ini.

- Temen-temen GENK KEBO (Inuk beserta pasangan, Adi beserta pasangan dan Bamz beserta pasangan) terima kasih atas kebersamaan dan bantuan kalian dalam penyelesaian skripsi ini.
- Wadyabala ACONG MANIA terima kasih atas do'anya.
- Almamaterku tercinta Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Iklan Dan Personal Selling Dalam Islam Terhadap Minat Anggota yang disusun untuk melengkapi syarat-syarat penyelesaian Program Studi Strata 1 pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari’ah IAIN WaliSongo Semarang. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita pada zaman yang penuh dengan cahaya Islam.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang berupa bimbingan, dorongan, nasehat ataupun bantuan lain. Pada kesempatan ini setulus hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. DR. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang beserta Pembantu Dekan I, II dan III.
3. Ketua dan Sekertaris Jurusan Ekonomi Islam.
4. Bapak Drs. H. Hasyim Syarbani, MM. dan Drs. Wahab Zaenuri,MM selaku pembimbing I dan II.
5. Semua dosen yang telah membimbing dan mengajar penulis selama belajar di bangku kuliah.
6. Seluruh staf dan karyawan akademik Fakultas Syari’ah dan perpustakaan baik Institut maupun Fakultas Syari’ah.
7. Ibu, kakak-kakakku, adik-adikku dan keponakan-keponakanku tercinta yang senantiasa memberikan semangat, kasih sayang dan doa tiada henti untuk penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Keluarga EIB Belguyank (2007) yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis.
9. Keluarga kontrakan karonsih yang telah memberikan tempat berteduh bagi penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritik yang membangun selalu penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Semarang, November 2011

Penulis,

NURUS SA'AD
NIM: 072411052

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAKSI	iv
DEKLARASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.3 Bauran Promosi	16
2.1.4 Periklanan	18
2.1.5 Personal Selling	23
2.1.6 Minat Nasabah	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
2.4 Hipotesis	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran	37
3.6 Validitas dan Reliabilitas	38
3.6.1 Validitas	38
3.6.2 Reliabilitas	39
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Analisis Regresi Berganda	40
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.3 Pengujian Hipotesis	42

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
4.1.2 Susunan Pengurus KSU BMT Ben Makmur	46
4.1.3 Struktur Organisasi BMT Ben Makmur	47
4.1.4 Deskripsi Data Penelitian dan Responden	47
4.2 Hasil Analisis Data	57
4.2.1 Uji Hipotesis	57
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	59
4.3 Pembahasan	64
4.3.1 Pengaruh Iklan Secara Islam Terhadap Minat Nasabah	64
4.3.2 Pengaruh Personal Selling Secara Islam Terhadap Minat Nasabah	65
4.3.3 Pengaruh Iklan dan Personal Selling Secara Islam Terhadap Minat Nasabah	66

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Struktur Organisasi	47
Tabel 2	: Jenis Kelamin	49
Tabel 3	: Umur Responden	50
Tabel 4	: Pendidikan	51
Tabel 5	: Pekerjaan	52
Tabel 6	: Penghasilan Responden	53
Tabel 7	: Hasil Uji Validitas	54
Tabel 8	: Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 9	: Uji Parsial	58
Tabel 10	: Uji Simultan	58
Tabel 11	: Koefisien Determinasi	59
Tabel 12	: Uji Multikolinieritas	61
Tabel 13	: Uji Autokorelasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Uji Normalitas	60
Gambar 2 : Uji Heteroskedasitas	63