

PENGARUH MARKETING MIX
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM MENABUNG
(Studi Kasus Di BPRS ASAD ALIF Kantor Kas Bergas)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

SITI MUCHAROMAH

062411032

FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG

2011

Dr. Ali Murtadlo, M.Ag

Donosari Rt/Rw 04/1 Patebon Kendal

H. Maltuf Fitri, SE, M.Si

Jl. Perum Permata Puri Blok F IX/2 Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (eksemplar)

Hal : Naskah skripsi

A.n. Siti Mucharomah

Assalamu 'alaikum wr.wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah saudara:

Nama : Siti Mucharomah

Nim : 062411032

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DALAM MENABUNG (STUDI KASUS DI BPRS
ASAD ALIF KANTOR KAS BERGAS)

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian harap maklum adanya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Semarang, 30 Desember 2010

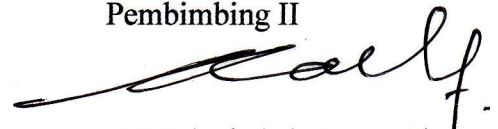
Pembimbing I



Dr. Ali Murtadlo, M.Ag

NIP. 19710830 199803 1 003

Pembimbing II



H. Maltuf Fitri, SE, M.Si

NIP. 19741016 200312 1 003



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi saudara : Siti Mucharomah
NIM : 062411032
Judul : PENGARUH MARKETNG MIX TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DALAM MENABUNG(STUDI KASUS DI BPRS
ASAD ALIF KANTOR KAS BERGAS)

Telah dimunaqosahkan oleh dewan penguji Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal : 25 Januari 2011

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S.1) tahun akademik 2011

Semarang, 31 Januari 2011

Mengetahui,

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

Moh. Arifin, S.Ag. M.Hum
NIP. 19711012 199703 1 002

Penguji I,

H. Maltuf Fitri, SE, M. Si
NIP.19741016 200312 1 003

Penguji II,

Drs. Ghufron Ajib, M. Ag
NIP. 19660325 199203 1 001

Pembimbing I,



Rahman El Junusi, SE, MM
NIP. 19691118 200003 1 001

Pembimbing II,

Dr. Ali Murtadlo, M.Ag
NIP. 19710830 199803 1 003

H. Maltuf Fitri, SE, M. Si
NIP.19741016 200312 1 003

MOTTO



Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar. (Q.S Al-Ahzab :70)*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Ayah dan Ibu tercinta yang selalu memberi bimbingan dan arahan dalam setiap jejak langkahku.
2. Kepada adik-adik saya yang senantiasa memberi warna dalam hidupku.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah 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, 30 Desember 2010

Deklarator,

Siti Mucharomah

NIM: 062411032

ABSTRAK

Keberhasilan dari sebuah perusahaan tidak terlepas dari kemampuan perusahaan tersebut dibidang pemasaran, terutama kebijaksanaan dan penetapan strategi pada situasi dan kondisi tertentu. Penetapan strategi ini ditentukan oleh manajer pemasaran dengan mengembangkan marketing mix dengan mengkombinasikan antara variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik dan proses. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Apakah variabel marketing mix yang terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Proses (*Process*) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas? Dari variabel tersebut manakah yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan apakah variabel-variabel pada marketing mix berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Asad Alif Kantor Kas Bergas dan untuk mengidentifikasi variabel manakah diantara variabel-variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian angket dan wawancara. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara sampling random (probabilitas). Jumlah nasabah yang diambil sebagai sampel adalah 75 orang nasabah. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, koefisien determinasi dan regresi berganda.

Dengan menggunakan program bantuan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut: produk (X_1) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas, terlihat t hitung $(-1,569) < t$ tabel $(1,666)$ yang berarti produk tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas, terlihat t hitung $(2,042) > t$ tabel $(1,666)$ yang berarti harga mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Variabel lokasi (X_3) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas, terlihat t hitung $(-1,062) < t$ tabel $(1,666)$ yang berarti lokasi tidak

mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Variabel promosi (X_4) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas, terlihat t hitung ($0,804$) < t tabel ($1,666$) yang berarti promosi tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Variabel people (X_5) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Terlihat t hitung ($0,343$) < t tabel ($1,666$) yang berarti people tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Variabel physical evidence (X_6) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas, terlihat t hitung ($1,210$) < t tabel ($1,666$) yang berarti physical evidence tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Variabel process (X_7) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas, terlihat t hitung ($4,743$) > t tabel ($1,666$) yang berarti process mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Variabel produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), promosi (X_4), orang (X_5), bukti fisik (X_6), dan proses (X_7) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas, terlihat F hitung ($6,742$) > F tabel ($2,138$) yang berarti produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam bermitra di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas adalah variabel proses dan harga.

Kata kunci: Marketing Mix dan Loyalitas Nasabah

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menabung” (Studi Kasus di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas)**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat serta para pengikutnya sampai akhir nanti. Amin.

Penulisan skripsi ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan diharapkan dapat memberi kemanfaatan bagi masyarakat pada umumnya dan kalangan akademisi ekonomi pada khususnya.

Pembuatan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibin, M.Ag selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas syari'ah IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Rahman El Junusi, SE, MM selaku Kajor Ekonomi Islam.
4. Bapak Dr. Ali Murtadlo, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I, serta Bapak H. Maltuf Fitri, SE, M. Si selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
5. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang yang telah membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Seluruh karyawan BPRS ASAD ALIF Kantor Kas Bergas yang telah membantu memberikan waktunya. Semua itu sangat berharga bagi penulis.
7. Ayah dan Ibu, terima kasih atas doanya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada adik-adik saya yang senantiasa memberi warna dalam hidupku.
9. Semua teman-teman EIA 2006, kalian adalah teman-teman yang paling baik dan jangan pernah terputus tali persahabatan kita.
10. Sedulur-sedulur Teater Asa.
11. Semua teman-teman kos bu lili.

Penulis tidak dapat berbuat sesuatu untuk membalas budi, selain memanjatkan doa semoga kita dalam lindunganNya, Amin.

Semarang, 30 Desember 2010

Penulis

Siti Mucharomah

NIM. 062411032

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAKSI.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xi
HALAMAN DAFTAR TABEL	xiv
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syari'ah.....	11
2.2 Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah	12
2.2.1 Pengertian BPR Syariah.....	12
2.2.2 Tujuan dan strategi operasional BPR Syari'ah.....	13
2.2.3 Usaha-usaha BPR Syari'ah.....	14

2.3 Marketing Mix	15
2.3.1 PengertianMarketing Mix.....	15
2.3.2 Pengertian variabel-variabel marketing mix.....	17
2.4 Nilai-nilai pemasaran Syari'ah	24
2.5 Loyalitas Nasabah	28
2.6 Penelitian Terdahulu	32
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritik	33
2.8 Hipotesis Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data	35
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	36
3.4 Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.5 Variabel penelitian dan pengukuran.....	40
3.6 Teknik Analisis Data	42

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek penelitian.....	47
4.1.1 Sejarah BPRS Asad Alif	47
4.1.2 Sejarah BPRS Asad Alif Antor Kas Bergas	49
4.1.3 Visi dan Misi BPRS Asad Alif.....	50
4.1.4 Struktur Organisasi BPRS Asad Alif	57
4.1.5 Marketing Mix di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas	53
4.2 Karakteristik Responden	57
4.3 Diskripsi Data Penelitian	63
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70

4.5 Hasil Analisis Data	73
4.5.1 Uji asumsi Klasik.....	73
4.5.2 Koefisien Determinasi	78
4.5.3 Uji Hipotesis	79
4.5.3.1 Uji Simultan	79
4.5.3.2 Uji Partial	80
4.5.4 Analisis Regresi berganda	81
4.6 Pembahasan	86
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	99
5.3 Penutup	99
DAFTAR PUSTAKA	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xx

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Tabel perbedaan Bank Syari'ah dan Bank Konvensional.....	12
Tabel 3.1 : Tabel variabel penelitian dan pengukuran	38
Tabel 4.1 : Tabel jenis kelamin.....	54
Tabel 4.2 : Tabel usia responden.....	55
Tabel 4.3 : Tabel pendidikan responden.....	57
Tabel 4.4 : Tabel pekerjaan responden.....	58
Tabel 4.5 : Tabel hasil sekor kuesioner regresi	60
Tabel 4.6 : Tabel hasil uji validitas instrumen	67
Tabel 4.7 : Tabel hasil uji reliabilitas instrumen	69
Tabel 4.8 : Tabel uji multikolinieritas	70
Tabel 4.9 : Uji Autokorelasi	71
Table 4.11: Tabel nilai uji normalitas kolmogorov-smirnov untuk produk, harga, lokasi, promosi, people, physical evidence, process, terhadap loyalitas nasabah.....	74
Tabel 4.12 : Tabel uji pengaruh secara simultan	75
Tabel 4.13 : Tabel Anova.....	77
Table 4.14 : Tabel Coefficients	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Gambar Kerangka teoritik	31
Gambar 3.2: Gambar Bagan struktur BPRS Asad Alif.....	50
Gambar 4.2: Gambar Jenis Kelamin.....	55
Gambar 4.3: Gambar Usia Responden.....	56
Gambar 4.4: Gambar Pendidikan Responden.....	58
Gambar 4.5: Gambar Pekerjaan Responden.....	59
Gambar 4.6: Gambar Uji Heteroskedastisitas.....	72
Gambar 4.7: Gambar Grafik Histogram.....	73
Gambar 4.8: Gambar Normal Probability Plot.....	73