

**PENGARUH KARAKTERISTIK SYARI'AH  
MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA BPRS ARTHA MAS ABADI PATI**

**SKRIPSI**

Di Ajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)  
Ilmu Syari'ah Jurusan Ekonomi Islam



**OLEH :**

**ANISA AGUSTINA**  
**NIM : 062411034**

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

**Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag**  
Jl. Tugu Lapangan no. H 40 Tambakaji  
Ngaliyan - Semarang

**H. Maltuf Fitri, SE, MSi**  
Permata Puri blok F 1X/2  
Ngalian - Semarang

### **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp. : 4 (eksemplar)  
Hal : Naskah skripsi  
A.n. Anisa Agustina

*Assalamu'alaikum wr.wb*

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

Nama : Anisa Agustina  
Nim : 062411034  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul : PENGARUH KARAKTERISTIK SYARI'AH MARKETING  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BPRS ARTHA  
MAS ABADI PATI

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian harap maklum adanya.

*Wassalamu'alaikum wr.wb*

Pembimbing I

Semarang, 26 April 2011  
Pembimbing II



**Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag**  
NIP. 19690830 199403 2 003



**H. Maltuf Fitri, SE, MSi**  
NIP. 19741016 200312 1 033



**KEMENTERIAN AGAMA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**FAKULTAS SYARI'AH**

Jl. Prof. Dr. Hamka KM 02 Ngaliyan Telp. (024) 7601291 Semarang

**PENGESAHAN**

Skripsi saudara : **Anisa Agustina**

NIM : **062411034**

Judul : **PENGARUH KARAKTERISTIK SYARI'AH  
MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA BPRS ARTHA MAS ABADI PATI**

Telah dimunaqasahkan oleh dewan penguji Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlode/baik/cukup pada tanggal :

01 juni 2011

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata I (S1) dalam ilmu Syari'ah jurusan Ekonomi Islam tahun akademik 2011/2012.

Semarang, 01 juni 2011

Dewan penguji

Ketua Sidang,

  
**Anthin Lathifah, M.Ag**  
NIP. 19751107 200112 2 002

Sekretaris Sidang,

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

Penguji I,


  
**Nur Fathoni, M.Ag**  
NIP.19730811 200003 2 004

Penguji II,



  
**Rustam Dahar K.A.H, M.Ag**  
NIP. 19690908 200003 1 001

Pembimbing I,

  
**Dra. Nur Huda, M.Ag**  
NIP. 19690830 199403 2 003

Pembimbing II,

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

## MOTTO

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ<sup>ط</sup> وَأَوْفُوا  
الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ<sup>ط</sup> لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا<sup>ط</sup> وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا  
وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ<sup>ط</sup> وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا<sup>ط</sup> ذَلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ

تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya: Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berbicara, berbicaralah sejujurnya, sekalipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat. (Q.S. Al-An'am : 152)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV. Diponegoro, 2005. hlm. 117

## PERSEMBAHAN

ALLAH SWT

Atas rahmat dan hidayahnya selama ini kepada hamba

Nabi Muhammad SAW, junjungan bagi seluruh umat di dunia dan di akhirat.

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

1. Ayah dan ibu (Bapak Aman Sulaiman dan Ibu Ina Mutmainah ) tercinta yang memberikan semangat dan dorongan untuk tidak menyerah dalam mencapai kesuksesan serta do'a suci dengan setulus hati.
2. Untuk seseorang yang ada di hatiku....
3. Adik-adikku ( Ayuk Septiani Rahayu dan Irman Nurhidayah ) yang selalu mendo'akan dan menjadi sumber inspirasi untuk menyelesaikan skripsi
4. Untuk kelurga besarku yang tak dapat aku sebutkan satu persatu, yang telah memberikan do'a serta semangatnya.
5. Untuk sahabat-sahabatku i2k, ana, isny, sari, isma, ma2ke, awal, mae, u2t, wahyu, firman, tante, terimakasih kalian telah menjadi sahabatku yang selalu menemani dan membantuku dalam suka maupun duka.
6. Untuk keluarga besar kos As-Salam dan keluarga Bapak Sukirno dan Ibu Khasanah yang telah memberikan dukungan serta semangatnya.

## **DEKLARASI**

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

Semarang, 06 Mei 2011

Deklarator,

**Anisa Agustina**  
**NIM. 062411034**

## ABSTRAK

Mengingat semakin ketatnya persaingan bisnis sekarang ini, banyak perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasarannya menyimpang dari prinsip syari'ah hanya untuk memuaskan pelanggan agar mereka tidak beralih ke tempat lain. Yang terjadi di BPRS Artha Mas Abadi dalam perkembangan jumlah nasabah mengalami peningkatan diduga adanya kepuasan nasabah, permasalahan disini adalah apa yang menyebabkan terjadinya peningkatan jumlah nasabah dan apakah kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh karakteristik syari'ah marketing. Oleh karena itu dengan adanya fenomena inilah yang mendorong untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Karakteristik Syari'ah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Artha Mas Abadi Pati".

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan yang timbul adalah adakah pengaruh karakteristik syari'ah marketing (teistis, etis, realistik, humanistik) terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Artha Mas Abadi Pati. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh karakteristik syari'ah marketing (teistis, etis, realistik, humanistik) terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Artha Mas Abadi Pati.

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati. Pengambilan sampel yang berjumlah 100 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Dari hasil perhitungan secara simultan diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar (2,770) sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar (2,4645) yang berarti hipotesis ada pengaruh bahwa karakteristik syari'ah marketing (teistis, etis, realistik, humanistik) terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil uji parsial diperoleh untuk teistis  $t_{hitung}$  (0,100) <  $t_{tabel}$  (1,985), etis  $t_{hitung}$  (2,502) >  $t_{tabel}$  (1,985), realistik  $t_{hitung}$  (-0,796) <  $t_{tabel}$  (1,985), humanistik  $t_{hitung}$  (1,927) <  $t_{tabel}$  (1,985) yang berarti secara parsial etis dinyatakan signifikan dan teistis, realistik, humanistik dinyatakan tidak signifikan

Berdasar pada penelitian ini diharapkan akan menjadi informasi dan masukan bagi BPRS Artha Mas Abadi Pati yaitu dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengevaluasi dalam menerapkan konsep syari'ah marketing yang sebenarnya, pemahaman tentang kepuasan nasabah terhadap bentuk penerapan syari'ah marketing.

Kata kunci: karakteristik syari'ah marketing (teistis, etis, realistik, humanistik), kepuasan nasabah.

**KATA PENGANTAR**  
*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji bagi ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala taufiq dan hidayah-NYA kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “PENGARUH KARAKTERISTIK SYARI’AH MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BPRS ARTHA MAS ABADI PATI” dengan baik tanpa kendala yang berarti. shalawat serta salam semoga selalu tercurah ke haribaan nabi besar akhir zaman beliau baginda rasulullah Muhammad saw, beserta keluarga dan para sahabatnya yang senantiasa membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang, dari zaman jahiliyyah menuju zaman yang penuh ilmu dan iman di dada.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S.1) dalam jurusan ekonomi islam fakultas syari’ah IAIN Walisongo Semarang.

Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan bantuan dalam bentuk apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terimakasih terutama penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Ali Murtadlo M.Ag selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam dan Bapak Nur Fathoni, M.Ag selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Islam atas pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini
4. Bapak Rahman El Junusi S.E.,M.M, atas pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ratno Agriyanto, S.Pd, M.Si, yang telah dengan sabar memberikan pengarahan dalam proses proposal hingga menjadi skripsi.



6. Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag. selaku pembimbing 1 yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak H. Maltuf Fitri, SE. M. Si. selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat termotivasi untuk sesegera mungkin menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Dr. Ali Murtadlo, M.Ag. selaku dosen wali yang telah banyak mengarahkan dan membimbing penulis.
9. Segenap Bapak dan Ibu Dosen fakultas syari'ah IAIN Walisongo Semarang yang telah membekali penulis dengan banyak ilmu pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh keluarga besar penulis : Ayah, Bunda, Adik-adikku, dan semua keluargaku yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, kalian semua adalah semangat hidup bagi penulis yang telah memberikan do'a agar selalu melangkah dengan optimis.
11. Untuk teman-teman dipaket EIA dan EIB 2006 khususnya EIA yang tak dapat penulis tulis satu persatu, terimakasih karena kalian adalah teman-teman yang paling baik dan jangan pernah putus tali persaudaraan kita.

Ibarat pepatah “ tak ada gading yang tak retak”, penulis menyadari dalam penelitian skripsi tak luput dari kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakannya.

Akhir kata semoga skripsi yang penulis susun dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 06 Mei 2011

Penulis

Anisa Agustina  
NIM.062411034

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI .....	x
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	xiv
HALAMAN GAMBAR.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang masalah .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan .....	8
1.4 Manfaat penelitian.....	9
1.5 Sistematika penulisan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kerangka Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Marketing (pemasaran) .....	11
2.1.2 Pengertian Syari'ah Marketing .....	14
2.1.3 Karakteristik Syari'ah Marketing .....	16
2.1.4 Pengertian Kepuasan.....	24
2.1.5 Peneliti Terdahulu .....	34
2.1.6 Kerangka Pemikiran Teoritik .....	37
2.2 Hipotesis.....	38

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Sumber Data .....	38
3.2 Populasi dan Sampel .....	38
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	40
3.5 Teknik Analisis Data .....	42
3.5.1 Uji Validitas .....	42
3.5.3 Uji Reliabilitas .....	43
3.5.3 Regresi Berganda .....	44
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	45

### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	47
4.1.1 Sejarah BPRS Artha Mas Abadi .....	47
4.1.2 Visi Dan Misi BPRS Artha Mas Abadi .....	47
4.1.3 Susunan Pengurus BPRS Artha Mas Abadi.....	48
4.1.4 Susunan Karyawan BPRS Artha Mas Abadi .....	49
4.1.5 Produk Layanan Di BPRS Artha Mas Abadi.....	49
4.2 Karakteristik Responden .....	50
4.3 Deskripsi Data Penelitian .....	56
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	59
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	61
4.5.1 Uji Multikolinearitas .....	61
4.5.2 Uji Autokorelasi .....	62
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.5.4 Uji Normalitas .....	64
4.6 Analisis Data .....	67
4.6.1 Koefisien Determinasi .....	67
4.6.2 Uji Hipotesa .....	68
4.7 Pembahasan.....	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk-Produk Di BPRS Artha Mas Abadi.....	4
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Nasabah Selama Lima Tahun .....	5
Tabel 4.1 Susunan Pengurus BPRS Artha Mas abadi .....	48
Tabel 4.2 Susunan Karyawan BPRS Artha Mas Abadi .....	49
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden .....	51
Tabel 4.4 Usia Responden .....	52
Tabel 4.5 Pendidikan Responden .....	54
Tabel 4.6 Pekerjaan Yang Sekarang Ditekuni Responden .....	55
Tabel 4.7 Hasil Skor Kuesioner Regresi .....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	61
Tabel 5.0 Uji Multikolinieritas .....	62
Tabel 5.1 Uji Autokolerasi .....	63
Tabel 5.2 Nilai Uji Normalitas.....	66
Tabel 5.3 Uji Pengaruh Secara Simultan.....	67
Tabel 5.4 Anova.....	69
Tabel 5.5 coefficients.....	70

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1	Jenis Kelamin .....	52
Gambar 4.2	Usia Responden.....	53
Gambar 4.3	Pendidikan Terakhir Responden .....	55
Gambar 4.4	Pekerjaan Yang Sekarang Ditekuni .....	56
Gambar 4.5	Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas .....	64
Gambar 4.6	Grafik Histogram .....	65
Gambar 4.7	Normal Probability Plot .....	66