

**PENGARUH MARKETING SYARIAH TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN RABBANI SEMARANG**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Jurusan Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Walisongo Semarang**



Oleh:

RISTYANA MUNTIASIH

102411163

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2014

Johan Masrukhan, H., Drs., MM
Jl. Candi Kencana I/B 17 Semarang
Raden Arfan Rifqiawan, SE, M.Si
Jl. Kanguru 1/ 1. A Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Ristyana Muntiasih

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Ristyana Muntiasih

NIM : 102411163

Jurusan : Ekonomi Islam

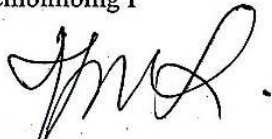
Judul : "Pengaruh Marketing Syariah terhadap Kepuasan Pelanggan Rabbani Semarang"

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Johan Masrukhan, H., Drs., MM
NIP. 195150510 198203 1 002

Semarang, 12 Mei 2014

Pembimbing II



Raden Arfan Rifqiawan, SE, M.Si
NIP. 19800610 200901 1 009



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof.Dr.Hamka, Ngaliyan Telp./ fax (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Ristyana Muntiasih
NIM : 102411163
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **PENGARUH MARKETING SYARIAH TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN RABBANI SEMARANG**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal:

24 JUNI 2014

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

Semarang, 24 Juni 2014

Mengetahui,

Ketua Sidang


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

Penguji I


Dr. H. Muchlis, M. Si
NIP. 19610117 198803 1 002


Pembimbing I,


Dr. H. Johan Masrukhan, MM
NIP. 195150510 198203 1 002

Sekretaris Sidang


Dr. H. Johan Masrukhan, MM
NIP. 195150510 198203 1 002

Penguji II


Nur Fatoni, M. Ag
NIP. 19730811 200003 1 004

Pembimbing II,


Raden Arfan Rifqiawan, S.E, M.Si
NIP. 19720307200604 1002

MOTTO

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya (7) dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula (8)

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya (7) dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula (8)”

(Al-zalzalah ayat 7 – 8)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan dan berbangga hati, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Bapak (Sunardi) dan Ibu (Siti Asidah) tercinta yang memberikan semangat dan dorongan untuk tidak menyerah dalam mencapai kesuksesan serta do'a suci dengan setulus hati.
2. Kakak-kakakku (Zulis, Arif, Ana, Muh) yang selalu mendo'akan dan menjadi sumber inspirasi.
3. Untuk kelurga besarku yang tak dapat aku sebutkan satu persatu, yang telah memberikan do'a serta semangatnya.
4. Sahabat-sahabatku yang selalu menemani dan membantuku dalam suka maupun duka.
5. Keluarga Besar EID 2010 yang selalu kompak dan memberikan semangat.
6. Teman-Teman Kos yang selalu memberikan dukungan.
7. Teman-teman KKN ke 62 IAIN Walisongo Semarang, terkhusus Posko 2.

DEKLARASI

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

DEKLARATOR

Ristyana Muntiasih
102411163

ABSTRAK

Munculnya sistem ekonomi syariah menjadi semacam peluang besar, mengingat Indonesia memiliki penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Strategi yang tepat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan hendaknya disusun secara cermat supaya pelanggan bersedia membeli produk tersebut. Dengan marketing syariah diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan yang pada akhirnya mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Seberapa besar pengaruh *marketing syariah* terhadap kepuasan pelanggan Rabbani Semarang ?. Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan yang timbul adalah adakah pengaruh syariah marketing terhadap kepuasan pelanggan pada Rabbani Semarang. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh syariah marketing terhadap kepuasan pelanggan Rabbani Semarang. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Rabbani Semarang. Pengambilan sampel yang berjumlah 90 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

Dari hasil perhitungan secara simultan diperoleh hasil uji parsial diperoleh untuk $t_{hitung} (14,437) > t_{tabel} (1,9873)$, Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $14,437 > 1,9873$. Artinya bahwa variabel X_1 (*marketing syariah*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasar pada penelitian ini diharapkan akan menjadi informasi dan masukan bagi Rabbani Semarang yaitu dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengevaluasi dalam menerapkan konsep syariah marketing yang sebenarnya, pemahaman tentang kepuasan pelanggan terhadap bentuk penerapan syariah marketing.

Kata kunci: syari'ah marketing, kepuasan pelanggan

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan segala karunia, taufiq, hidayah dan nikmat-Nya bagi kita semua khususnya bagi penulis, hingga detik ini kita masih diberikan kenikmatan berupa kesehatan dan akal sehat sehingga penyusun dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini. Skripsi yang berjudul "PENGARUH MARKETING SYARIAH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RABBANI SEMARANG" ini disusun untuk memenuhi tugas dan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan, arahan, dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Para Rektor IAIN Walisongo Semarang selama penyusun menimba ilmu di IAIN Walisongo Semarang.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bpk. Dr. Imam Yahya, M.Ag.
3. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Bpk. Nur Fatoni, M.Ag
4. Terkhusus untuk dosen pembimbing skripsi penyusun, Bpk. Johan Masrukhan, H., Drs., MM dan Raden Arfan Rifqiawan, SE, M.Si, terimakasih atas waktu dan masukannya.

5. Pengelola Perpustakaan Fakultas dan Institut yang telah memberikan ijin dan layanan perpustakaan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Para Dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo khususnya Dosen Jurusan Ekonomi Islam
7. Seluruh keluarga besar penulis : Ayah, Bunda, Kakakku, 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.
8. Keluarga Besar Rabbani Semarang yang telah memberikan izin kepada penulis melakukan penelitian dan membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku Ega, Harum, Tika, Ami, Susi, Eksan, Nikmah yang selalu menemani dalam suka maupun duka
10. Keluarga besar EID angkatan 2010 (Nia, Anis, Titin, Putri, Tya, Widya, Yeni, Umi, Willys, Etha, Komting Mus'id, Nadia, Pop Kron, Sulis, Zen, Veri, Yasin, Yuni, dkk)
11. Teman-Teman Kos (Mb.dani, Mb. umda, Mb. mila, Mb.lia, Mb. Khomsah, Mb. Sofi, Mb. Rahma, Kis, Naim, Nanik, Ulin, Faiz, Ifa, Niha, Rina, Likha, Sofi, Tari, Anis, Mb. Wilda, Mb.coco, Mb.hani, Mb.nela, Fikri, Via, Rohmah, Indah, dkk)

12. Keluarga Posko 2 KKN IAIN Walisongo Semarang ke 62 (Mustolih, Adib, Fatah, Munir, Taqin, Rois, Tari, Mb. Diah, Dewi, Ida, Tri, Yati, Ana, Efi)
13. Keluarga Besar UKM BINORA
14. Keluarga Besar KMPP
15. Keluarga Besar FOSIA
16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas segala bantuan baik moral maupun material dalam upaya penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Besar harapan, tulisan, ide, gagasan dan apa yang telah penyusun dokumentasikan dalam bentuk karya tulis ini dapat bermanfaat menjadi salah satu warna dalam hasanah ilmu dan pengetahuan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritik konstruktif sangat penulis harapkan dari pembaca untuk menuju proses kesempurnaan. Tulisan ini hanyalah sebagai sebuah karya sederhana yang pastinya akan sangat berharga pada kesempatan mendatang.

Semarang, 12 Mei 2014

Penyusun

Ristyana Muntiasih

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	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xiv
HALAMAN GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Perumusan masalah.....	9
1.3 Tujuan dan manfaat penelitian.....	9
1.4 Sistematika penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Marketing.....	12
2.1.2 Pengertian Marketing Syariah.....	15
2.1.3 Pengertian Kepuasan.....	27
2.1.4 Penelitian Terdahulu	35

2.1.5 Kerangka Pemikiran Teoritik	36
2.2 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Dan Sumber Data	39
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.3 Metode Pengumpulan Data	41
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.5.1 Uji Validitas	45
3.5.2 Uji Reliabilitas	46
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	48
3.5.7 Uji Hipotesis.....	49
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyajian Data.....	51
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
4.1.2 Visi Dan Misi Rabbani.....	52
4.1.3 Corporate Culture Rabbani.....	53
4.1.4 Core Value Rabbani.....	54
4.1.5 Struktur Organisasi Rabbani Semarang.....	55
4.1.6 Deskriptif Data Penelitian dan Responden.....	59
4.1.7 Deskriptif Variabel Penelitian.....	66

4.2 Analisis Data dan Interpretasi Data.....	72
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	72
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	75
4.2.3 Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	76
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	78
4.2.5 Pembahasan.....	82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	60
Tabel 4.2	Usia Responden.....	62
Tabel 4.3	Tingkat Pendidikan Responden.....	63
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	65
Tabel 4.5	Skor Kuesioner Variabel X.....	67
Tabel 4.6	Skor Kuesioner Variabel Y.....	71
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Instrumen	74
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	75
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	77
Tabel 4.11	Model Summary.....	79
Tabel 4.12	Koefisien Determinasi.....	80
Tabel 4.13	Uji T.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rabbani	56
Gambar 4.2 Jenis Kelamin	61
Gambar 4.3 Usia Responden	63
Gambar 4.4 Tingkat Pendidikan.....	64
Gambar 4.5 Pekerjaan Responden.....	66
Gambar 4.7 Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas	75