

**PENGARUH PELAYANAN MARKETING DAN PELAYANAN  
CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA  
DI KOPRASI JASA KEUANGAN SYARIAH BINAMA  
SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi tugas dan melengkapi syarat

Guna memperoleh gelar strata satu (S1)

Dalam ilmu ekonomi islam



**Disusun oleh:**

**MUHAMMAD FAISOL HIDAYAT**

**102411080**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2014**

**Dr. H. Muchlis, M. Si.**

Mangkang indah No.407 Rt/Rw 11/02

**Heny yuningrum, SE., M. Si.**

Tanjungsari Rt 07/05 tambak aji ngalian semarang

---

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Muhammad faisol hidayat

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara

Nama : Muhammad Faisol Hidayat

NIM : 102411080

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **PENGARUH MARKETING DAN PELAYANAN  
CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN  
ANGGOTA KJKS BINAMA SEMARANG**

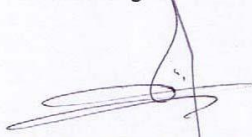
Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 12 Juli 2014

Pembimbing I



**Dr. H. Muchlis, M.Si**  
NIP. 19610117198803 1 002

Pembimbing II



**Heny Yuningrum S.E., M.Si**  
NIP. 19810609 200710 2 005



**DEPARTEMEN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Prof. Dr. Hamka KM 02 Ngaliyan Telp. (024) 7601291 Semarang

---

### PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Muhammad Faisol Hidayat  
NIM : 102411080  
Judul : Pengaruh Marketing Dan Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah Binama Semarang.

telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat

cumlaude/baik/cukup, pada tanggal : 24 Desember 2014 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2014/2015

Semarang, 24 Desember 2014

<p>Ketua Sidang</p>  <p><b><u>H. Ahmad Furqon, Lc., M.A</u></b> NIP. 197512182005011002</p> <p>Penguji I</p>  <p><b><u>Prof. DR. H. Mujivono, MA</u></b> NIP. 195902151985031005</p> <p>Pembimbing I</p>  <p><b><u>Dr. H. Muchlis, M.Si</u></b> NIP. 19610117198803 1 002</p>		<p>Sekretaris Sidang</p>  <p><b><u>Dr. H. Muchlis, M.Si</u></b> NIP. 19610117198803 1 002</p> <p>Penguji II</p>  <p><b><u>H. Muchammad Fauzi, SE., MM</u></b> NIP. 1973021720060410001</p> <p>Pembimbing II</p>  <p><b><u>Heny Yuningrum S.E., M.Si</u></b> NIP. 19810609 200710 2 005</p>
--	---	---

## MOTTO

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ

فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ

سُحُبُ الْمُتَوَكِّلِينَ

**Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.**

## **PERSEMBAHAN**

Saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang penuh arti dalam melengkapi cerita kehidupan penulis berada dalam ruang dan waktu kehidupan penulis:

- Ayahanda Ali Chamid dan Ibunda Istianah terhormat dan tercinta. Terima kasih tiada batasnya atas semua yang telah Ayah dan Ibu berikan kepada saya. Tanpa do'a dan ridho Ayah dan Ibu saya tidak bisa menjadi seperti sekarang ini. Semoga Allah SWT memberi kesehatan, murah rizqi, dan panjang umur kepada Ayah dan Ibu. Amiin.
- Kakak ku Nur Farid Efendi beserta keluarga dan Agus Purnomo serta adik ku Muhammad Salim Al Fatah dan Putri Shofatul Marwa, terima kasih telah menjadi bagian perjalanan hidup penulis. Semoga harmonisasi senantiasa menyertai kita semua. Amiin.
- Tak terlupakan pula sahabat-sahabat seperjuanganku S.A.N.G.I.D dan EIB 2010 khususnya luthfi, huda, irwan, hilman, gebby, erma, rozi, arin, indah, pajar, alm.fais dan lain-lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah menemani penulis pada saat di kampus sampai sekarang
- Temen-temen analis laboratorium kualita medica terutama DAHS yang memberikan suntikan semangat kepada penulis

Semoga kita semua termasuk orang-orang yang dapat meraih kesuksesan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Aamiin.

## **DEKLARASI**

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

Semarang, 1 Desember 2014

Deklarator

**Muhammad Faisol Hidayat**  
**102411080**

## 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 KJKS Binama Semarang 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 pelayanan marketing dan customer service. Oleh karena itu dengan adanya fenomena inilah yang mendorong untuk melakukan penelitian dengan judul "pengaruh pelayanan marketing dan pelayanan customer service terhadap kepuasan anggota KJKS Binama Semarang".

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan yang timbul adalah adakah pengaruh marketing dan customer service terhadap kepuasan anggota KJKS Binama Semarang. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh marketing dan customer service terhadap kepuasan anggota pada KJKS Binama Semarang.

Populasi penelitian ini adalah semua anggota KJKS Binama Semarang. Pengambilan sampel yang berjumlah 100 orang. Sehubungan dengan jumlah sampel 100 responden hasil data tidak reliabel, maka peneliti mengurangi jumlah sampel yaitu sebesar 91 sampel. Metode yang digunakan adalah sampel random sampling, teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Dari hasil perhitungan secara simultan diperoleh F hitung sebesar 5,504 dengan tingkat probabilitas 0.006 yang dibawah alpha 5% atau 0,05 yang berarti hipotesis ada pengaruh bahwa marketing dan customer service terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil uji parsial diperoleh hasil untuk marketing t hitung  $0,532 < t \text{ tabel } 1,662$ , sedangkan customer service t hitung  $2,937 > t \text{ tabel } 1,662$  yang berarti secara parsial marketing tidak signifikan dan customer service signifikan.

Berdasarkan pada penelitian ini diharapkan akan menjadi informasi dan masukan bagi KJKS Binama Semarang yaitu dapat menjadi pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk meningkatkan kinerja pelayanan marketing dan pelayanan customer service agar kepuasan anggota terpenuhi.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah yang menguasai seluruh alam, tidak ada daya upaya maupun kekuatan kecuali hanya dari-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Baginda Rasul Muhammad SAW serta kepada para keluarganya yang suci, sahabat-sahabat serta para pengikutnya yang sholih.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam universitas Islam Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kesalahan-kesalahan, untuk itu segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun sangat penulis perlukan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Pelaksanaan dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahyar M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. H. Nur Fathoni, S. Ag M. Ag Selaku Ketua Jurusan dan Ahmad Furqon, Lc. MA. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Muchlis, M. Si. selaku Dosen Pembimbing I, dan heny yuningrum, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan



waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberi petunjuk dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Dosen-dosen Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo beserta seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam universitas Islam Negeri Walisongo.
6. Seluruh karyawan KJKS Binama Semarang yang telah membantu memberikan fasilitas dan waktunya. Semua itu sangat berharga bagi penulis.
7. Keluargaku tercinta yang telah memberikan doa restu, semangat, perhatian, cinta dan kasih sayang serta dukungan moril maupun materil.
8. Untuk teman-teman EIB angkatan 2010 yang tak dapat penulis tulis satu persatu, terima kasih karena kalian adalah teman-teman yang paling baik dan jangan pernah putus tali persaudaraan kita.
9. Dan Semua pihak yang belum tercantum, yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, saran serta bantuan baik secara moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini akan mendapat pahala dari Allah SWT. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 1 Desember 2014

Penulis,

**Muhammad Faisol Hidayat**  
**102411080**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN ABSTRAK .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN DEKLARASI.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR .....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI .....	x
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	xiii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan dan manfaat penelitian Penelitian .....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Manfaat Penulisan .....	5
1.4 Sistematika Penulisan Skripsi .....	6

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian pelayanan .....	8
2.1.2 Pengertian marketing .....	10
2.1.3 Pengertian marketing syariah.....	13
2.1.4 Customer service .....	15
2.1.5 Kepuasan .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Kerangka berfikir .....	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	22

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Objek penelitian .....	23
3.2 Sumber data dan teknik pengumpulan data .....	23
3.3 Populasi dan sampel .....	25
3.3.1 populasi .....	25
3.3.2 sampel .....	26
3.4 Definisi operasional .....	27
3.5 Uji instrumen.....	28

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskriptif data.....	32
4.1.1 Gambaran umum KJKS Binama Semarang.....	32
4.1.2 Struktur organisasi .....	37
4.2 Analisis dan pembahasan data .....	38
4.2.1 analisis dan pembahasan data dengan 100 sampel.....	38
4.2.1.1 karakteristik responden .....	38
4.2.1.2 uji validitas .....	41
4.2.1.3 uji reliabilitas.....	42
4.2.1.4 deskripsi variabel penelitian.....	42
4.2.1.5 hasil analisis dan uji hipotesis .....	51
4.2.1.5.1 uji f atau uji simultan .....	51
4.2.1.5.2 uji hipotesis menggunakan uji T .....	52
4.2.1.6 koefisien determinasi R <sup>2</sup> .....	55
4.2.1.7 pembahasan .....	56
4.2.2 analisis data dan pembahasan 91 sampel .....	57
4.2.2.1 karakteristik responden .....	57
4.2.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	59
4.2.2.2.1 Uji validitas .....	60
4.2.2.2.2 uji reliabilitas.....	61
4.2.2.3 Deskripsi variabel penelitian.....	61

4.2.2.4 Hasil analisis dan uji hipotesis .....	70
4.2.2.4.1 uji f atau uji simultan .....	70
4.2.2.4.2 uji hipotesis menggunakan uji T .....	71
4.2.2.5 Koefisien determinasi.....	74
4.2.2.6 Pembahasan.....	74

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Keterbatasan peneliti .....	77
5.3 Saran.....	78
5.4 Penutup.....	79

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

### Daftar Tabel Untuk 100 Responden

Tabel 4.1	Jenis kelamin dari data 100 responden .....	40
Tabel 4.2	umur dari data 100 responden .....	41
Tabel 4.3	pendidikan dari 100 responden .....	42
Tabel 4.4	uji validitas 100 responden .....	43
Tabel 4.5	uji reliabilitas 100 responden .....	43
Tabel 4.6	deskripsi variabel marketing indicator teistis .....	44
Tabel 4.7	deskripsi variabel marketing indicator etis .....	45
Tabel 4.8	deskripsi variabel marketing indicator realistik .....	46
Tabel 4.9	deskripsi variabel marketing indicator humanistik .....	46
Tabel 4.10	deskripsi variabel customer service indicator kredibilitas .....	47
Tabel 4.11	deskripsi variabel customer service indicator daya tarik .....	48
Tabel 4.12	deskripsi variabel customer service indicator struktur pesan .....	48
Tabel 4.13	deskripsi variabel customer service indicator gaya pesan .....	49
Tabel 4.14	deskripsi variabel kepuasan indicator reliability .....	50
Tabel 4.15	deskripsi variabel kepuasan indicator responsive .....	50
Tabel 4.16	deskripsi variabel kepuasan indicator assurance .....	51
Tabel 4.17	deskripsi variabel kepuasan indicator empathy .....	51
Tabel 4.18	deskripsi variabel kepuasan indicator tangibles .....	52
Tabel 4.19	Uji F .....	52
Tabel 4.20	Uji T .....	54

Tabel 4.21 Uji R2 .....	56
<b>Daftar Tabel Untuk 91 Responden</b>	
Tabel 4.22 Jenis kelamin dari data 91 responden .....	58
Tabel 4.23 umur dari data 91 responden .....	59
Tabel 4.24 pendidikan dari 91 responden .....	60
Tabel 4.25 uji validitas 91 responden .....	61
Tabel 4.26 uji reliabilitas 91 responden .....	61
Tabel 4.27 deskripsi variabel marketing indicator teistis .....	62
Tabel 4.28 deskripsi variabel marketing indicator etis .....	63
Tabel 4.29 deskripsi variabel marketing indicator realistik .....	63
Tabel 4.30 deskripsi variabel marketing indicator humanistik.....	64
Tabel 4.31 deskripsi variabel customer service indicator kredibilitas .....	
Tabel 4.32 deskripsi variabel customer service indicator daya tarik .....	65
Tabel 4.33 deskripsi variabel customer service indicator struktur pesan.....	66
Tabel 4.34 deskripsi variabel customer service indicator gaya pesan .....	67
Tabel 4.35 deskripsi variabel kepuasan indicator reliability .....	67
Tabel 4.36 deskripsi variabel kepuasan indicator responsive .....	68
Tabel 4.37 deskripsi variabel kepuasan indicator assurance.....	68
Tabel 4.38 deskripsi variabel kepuasan indicator empathy .....	69
Tabel 4.39 deskripsi variabel kepuasan indicator tangibles .....	69
Tabel 4.40 Uji F .....	70
Tabel 4.41 Uji T .....	71
Tabel 4.42 Uji R2 .....	73