

**PENGARUH *SHARIA MARKETING*  
TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA  
KJKS BMT BUS CABANG GENUK KOTA SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Srata 1 (S1)  
Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh :

**RINI HANDAYANI**

**102411113**

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

**2014**

Drs. H. Johan Masruhan, MM.  
Jl. CandiKencana I/B. 17 Semarang

Suwanto, H., S.Ag., MM  
Ds. Troso RT 06 RW 01  
PecangaanJepara

---

---

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lap : 4 Naskah eks  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdri. RiniHandayani

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Walisongo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan sepenuhnya, bersama ini kami kirimkan naskah Skripsi Saudara :

Nama : RiniHandayani  
Nim : 102411113  
Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Pengaruh *Sharia Marketing* Terhadap Loyalitas Anggota K.IKS BMT  
BUS Cabang Genuk Semarang

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut segera dimunaqosahkan.

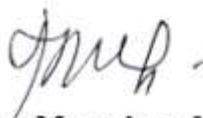
Demikian harap menjadikan maklum.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

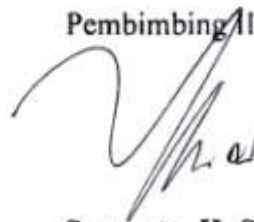
Semarang, 30 Juni 2014

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Drs. H. Johan Masruhan, MM**  
NIP: 196603251992031001



**Suwanto, H., S.Ag., MM**  
NIP: 19700302 200501 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM SEMARANG**  
Jl. Prof. Dr. Hamka Ngaliyan Telp. (024) 7601291 Semarang

**PENGESAHAN**

Skripsi Saudara : **Rini Handayani**  
NIM : 102411113  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul : **PENGARUH SHARIA MARKETING TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KJKS BMT BUS CABANG GENUK KOTA SEMARANG**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan **LULUS**, dengan predikat cumlaude/ baik/ cukup, pada tanggal : 23 Juli 2014

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata 1 tahun akademik 2014/2015

Semarang, 23 Juli 2014

**Dewan Penguji**

Ketua Sidang

**Drs. Johan Masruhan, MM**  
NIP. 19510510 198203 1 002  
Penguji I

**Dr. Muchlis, M.Si**

NIP. 19610117 198803 1 002  
Pembimbing I

**Drs. Johan Masruhan**

NIP. 19510510 198203 1 002

Sekretaris Sidang

**Drs. Johan Masruhan, MM**  
NIP. 19510510 198203 1 002  
Penguji II

**A. Turmudhi, SH, M.A**

NIP. 19690708 200501 1 004  
Pembimbing II

**H. Suwanto, S.Ag., MM**

NIP. 19700302 200501 103



## MOTTO

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا  
الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ

“Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang bersyarikat (berbisnis) itu sebagian dari mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang beriman dan mengerjakan amal saleh, dan amat sedikit mereka itu.”  
(QS. Shaad ayat 24)

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kepada kedua orang tuaku (bapak Mahmud dan ibu Rasmi), yang aku cintai dan sayangi, yang tak henti-hentinya selalu memberikan ridho dan doa restu, selalu mengajarkan arti penting sebuah keluarga. Yang selalu memberikan semangat untuk menjalani hidup.
2. Teman-teman EIC tercinta, yang selama ini menjadi sahabat dalam suka maupun duka, mengiringi setiap langkah perjalanan kita untuk menuntun ilmu di kampus tercinta.
3. Calon suami saya Muhammad Masruri M.Pdi yang memberikan motivasi dan semangat untuk saya.
4. Keluarga besar bapak H. Parsuki dan Ibu Hj. Saodah yang terus memberikan semangat dan arti kesabaran.
5. Bulek Santi tersayang yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dan memberikan motivasi untuk selalu semangat pantang menyerah.

“ THANKS FOR EVERYTHING”

## **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 satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 30 Juni 2014

Deklarator,

**Rini Handayani**  
**NIM. 102411113**

## ABSTRAK

Mengingat semakin ketatnya persaingan bisnis sekarang ini, banyak lembaga keuangan dalam melakukan kegiatan pemasarannya menyimpang dari prinsip syariah hanya untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan memuaskan pelanggan agar mereka tidak beralih ke tempat lain serta untuk mendapatkan keuntungan yang banyak. Perkembangan jumlah anggota di koperasi jasa keuangan syariah (KJKS) Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Bina Ummat Sejahtera (BUS) Cabang Genuk Kota Semarang mengalami peningkatan dan penurunan dalam periode tiga tahun terakhir. Namun dalam penurunannya ini tidak ada anggota yang keluar melainkan hanya jumlah anggota baru pada tahun terakhir mengalami penurunan. Terjadinya fluktuasi jumlah anggota baru diduga dipengaruhi oleh *sharia marketing* sehingga menurunkan loyalitas anggota. Oleh karena itu mendorong peneliti melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh *Sharia Marketing* Terhadap Loyalitas Anggota KJKS BMT BUS Cabang Genuk Kota Semarang ”.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *sharia marketing* (produk, harga, tempat, promosi) terhadap loyalitas anggota KJKS BMT BUS Cabang Genuk Kota Semarang. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *sharia marketing* (produk, harga, tempat, promosi) terhadap loyalitas anggota KJKS BMT BUS Cabang Genuk Kota Semarang.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh anggota KJKS BMT BUS

Cabang Genuk Kota Semarang yang berjumlah 1777. Pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin berjumlah 100 orang dengan didukung penelitian terhadap anggota yang akan dipilih menjadi responden dengan kriteria-kriteria tertentu. Metode dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik analisa yang digunakan adalah regresi sederhana.

Dari hasil perhitungan secara simultan diperoleh t hitung sebesar (6,558) dan p value (sig) sebesar 0,000 dibawah 5% yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara *sharia marketing* (produk, harga, tempat, promosi) terhadap loyalitas anggota. Keempat dimensi dalam *sharia marketing* sama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Namun dalam penelitian ini produk yang lebih memiliki pengaruh yang besar terhadap loyalitas anggota.

Kata kunci: *sharia marketing* (produk, harga, tempat, promosi), loyalitas anggota.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji syukur bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang menciptakan langit dan bumi serta segala isinya. Sang Maha Pengasih dan tak pilih kasih. Segala kuasa milikNya, yang telah memberikan nikmat, taufiq, serta hidayahNya kepada hamba untuk menjalani hidup di jalan yang benar dan diridhoi.

Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, nabi akhir zaman yang diutus untuk menyebarkan Islam di dunia ini. Semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya serta diakui menjadi umatnya kelak di *yaumul akhir amin*.

Penulis yakin, tanpa bantuan dari pihak-pihak terkait, skripsi dengan judul “ Pengaruh *Sharia Marketing* Terhadap Loyalitas Anggota KJKS BMT BUS Cabang Genuk Kota Semarang” tidak mungkin akan selesai. Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis meminta maaf sekiranya tidak dapat menyebut satu persatu semua pihak yang telah membantu dalam proses penggarapan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih, utamanya kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag. H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Nur Fatoni, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Drs. H. Johan Masruhan, MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang selalu sabar memberikan waktu serta nasihat untuk pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Suwanto.,H.,S.Ag.,MM, selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selama ini telah menjadi guru yang sabar mendidik mahasiswanya. Segenap karyawan yang telah membantu menyelesaikan administrasi.
7. Koperasi Jasa Keuangan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Binna Ummat Sejahtera Cabang Genuk Kota Semarang yang telah membantuku dalam proses pembuatan skripsi.
8. Kepada kedua orang tuaku (bapak Mahmud dan ibu Rasmi), yang aku cintai dan sayangi, yang tak henti-hentinya selalu memberikan ridho dan doa restu, selalu mengajarkan arti penting sebuah keluarga. Yang selalu memberikan semangat untuk menjalani hidup.
9. Teman-teman EIC tercinta, yang selama ini menjadi sahabat dalam suka maupun duka, mengiringi setiap langkah perjalanan kita untuk menuntun ilmu di kampus tercinta.
10. Calon suami saya Muhammad Masruri M.Pdi yang memberikan motivasi dan semangat untuk saya.
11. Keluarga besar bapak H. Parsuki dan Ibu Hj. Saodah yang terus memberikan semangat dan arti kesabaran.

12. Bulek Santi tersayang yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dan memberikan motivasi untuk selalu semangat pantang menyerah.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang sesuai dari Allah. Amin.

Penulis menyadari ada banyak kesalahan dalam skripsi ini. Oleh karenanya kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan sebagai pembelajaran untuk pencapaian yang lebih baik di masa mendatang.

Semarang, 30 Juli 2014

Penulis

Rini Handayani  
102411113

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN DEKLARASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II   TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 <i>Sharia Marketing</i> .....	11
2.1.1 Pengertian <i>Sharia Marketing</i> .....	11

2.1.2	Karakteristik <i>Sharia Marketing</i> .....	14
2.1.3	Bauran <i>Sharia Marketing</i> .....	20
2.2	Loyalitas .....	25
2.2.1	Pengertian Loyalitas.....	25
2.2.2	Persepektif Loyalitas.....	27
2.2.3	Pengukuran Loyalitas.....	29
2.2.4	Manfaat Loyalitas.....	30
2.3	Penelitian Terdahulu .....	31
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritik.....	33
2.5	Hipotesis .....	33

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Jenis dan Sumber Data .....	34
3.2	Populasi dan Sampel .....	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel.....	35
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	37
3.3.1	Kuesioner .....	37
3.3.2	Dokumentasi .....	38
3.4	Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	39
3.5	Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1	Uji Validitas .....	40
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	42
3.5.3	Regresi Sederhana.....	43

3.5.4 Uji Hipotesis.....	43
 <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	45
4.1.1 Sejarah KJKS BMT BUS Cabang Genuk Kota Semarang.....	45
4.1.2 Visi dan Misi KJKS BMT BUS Cabang Genuk Kota Semarang.....	46
4.1.3 Susunan Organisasi .....	48
4.1.4 Produk KJKS BMT BUS Genuk .....	49
4.2 Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden .....	52
4.2.1 Deskripsi Data Penelitian .....	52
4.2.2 Karakteristik Responden .....	53
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
4.2.3.1 <i>Sharia Marketing</i> .....	59
4.2.3.2 Loyalitas .....	61
4.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	62
4.2.5 Analisis Data .....	64
4.2.5.1 Koefisien Determinasi.....	64
4.2.5.2 Uji Parsial (t test) .....	65
4.2.6 Pembahasan.....	67

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	72
5.2 Saran .....	72
5.3 Penutup.....	73

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lembaga Keuangan yang Berdiri di Genuk Kota Semarang .....	4
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	53
Tabel 4.2 Usia Responden.....	54
Tabel 4.3 Pendidikan Responden .....	56
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden .....	57
Tabel 4.5 Hasil Skor Kuesioner Regresi .....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	64
Tabel 4.8 Uji Pengaruh.....	65
Tabel 4.9 Uji Parsial (t test) .....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Anggota Baru .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	33
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	54
Gambar 4.2 Usia Responden.....	55
Gambar 4.3 Pendidikan Responden .....	57
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden .....	58