

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH BMT MUAMALAT  
LIMPUNG BATANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna  
memperoleh Gelar S1 Sarjana Program Strata I (S1)  
dalam Ilmu Ekonomi



oleh :

**RIRIN DWI KURNIAWATI**

122411156

**EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2016**

**Dr. H. Musahadi, M.Ag.**

Jl. Permata II/62 Ngaliyan, Semarang.

**H. Muchamad Fauzi, SE., MM.**

Jl. Karangrejo Tengah IX/1 Gajahmungkur Semarang

---

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 Naskah eks

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Ririn Dwi Kurniawati

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirimkan naskah skripsi Saudara :

Nama : Ririn Dwi Kurniawati

NIM : 122411156

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **“Pengaruh *Relationship Marketing*  
Terhadap Loyalitas Nasabah BMT  
Muamalat Limpung Batang”**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb*

Semarang, 7 November 2016

Pembimbing I  


**Dr. H. Musahadi, M.**  
NIP. 19690709 199403 1 003



Pembimbing II



**H. Muchamad Fauzi, S.E., MM.**  
NIP. 19730217 200604 1 001



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Ririn Dwi Kurniawati  
NIM : 122411156  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : "Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas BMT Muamalat Limpung Batang"

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal:

06 Desember 2016.


Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir dalam menyelesaikan studi Program Sarjana Strata I (S1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).


Semarang, 06 Desember 2016

Mengetahui,

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

  
Drs. Saekhu, M.H.  
NIP. 19690120 199403 1 004

  
H. Muchamad Fauzi, S.E., MM.  
NIP. 19730217 200604 1 001

Penguji I

Penguji II


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

  
Rahman R. Junusi, S.E., MM.  
NIP. 19691118 200003 1 001

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. H. Musahadi, M. Ag.  
NIP. 19690709 199403 1 003

  
H. Muchamad Fauzi, S.E., MM.  
NIP. 19730217 200604 1 001



## MOTTO

إِذْ أَوَى الْفِتْيَةُ إِلَى الْكَهْفِ فَقَالُوا رَبَّنَا آتِنَا مِن لَّدُنكَ رَحْمَةً وَهَيِّئْ لَنَا

مِنْ أَمْرِنَا رَشَدًا

*“(ingatlah) tatkala Para pemuda itu mencari tempat berlindung ke dalam gua, lalu mereka berdoa: “Wahai Tuhan Kami, berikanlah rahmat kepada Kami dari sisi-Mu dan sempurnakanlah bagi Kami petunjuk yang Lurus dalam urusan Kami (ini).” (Q.S. Al Kahf:10)*

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayahnya kepada penyusun sehingga skripsi ini dapat disusun sebagaimana mestinya. Shalawat serta salam kita junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang ditunggu syafaatnya di Yaumul Qiyamah, *Amin Ya Rabbalalamin*.

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

1. kedua orang tua yang selalu kusayang dan selalu memberikan hal yang terbaik, Bapak Tri Mulyono dan Ibu Siti Nasekha. Terimakasih untuk semua yang telah diberikan sampai saat ini dan nanti.
2. Serta keluargaku Kakak Fatkhanudin dan adek-adekku Wahyu Tri Setiani dan Muhammad Al Khadhiq.
3. untuk jodohku.
4. untuk seluruh keluarga besar penulis.
5. Sahabat-sahabatku keluarga EIB angkatan 2012, khususnya Mina, Mbak Ima, Ria Ayu, Mbak Lasmi, Mbak Zahro Yulia dan lainnya yang tidak tersebut satu persatu. yang selama ini selalu menghibur, memotivasi, bertukar pemikiran dan semangat. Terima kasih sudah menjadi sahabat terbaikku
6. BMT Muamalat Limpung Batang
7. Fakultas Ekonomi Islam tercinta dan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

## DEKLARASI

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

Semarang, Desember 2016

Deklarator



**Ririn Dwi Kurniawati**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidakdilambangkan
ب	Bâ	B	-
ت	Tâ	T	-
ث	Sâ	Š	s dengantitik di atas
ج	Jim	J	-
ح	Hâ	H	h dengantitik di atas
خ	Khâ	Kh	-
د	Dâl	D	-
ذ	Zâl	Ž	z dengantitik di atas
ر	Râ	R	-
ز	Zâ	Z	-
س	Sin	S	-
ش	Syin	Sy	-
ص	Sâd	Ş	s dengantitik di bawah
ض	Dâd	D	d dengantitik di bawah
ط	Tâ	Ṭ	t dengantitik di bawah
ظ	Zâ	Z	z dengantitik di bawah
ع	‘ain	‘	komaterbalik (apostroftunggal)
غ	Gain	G	-
ف	Fâ	F	-
ق	Qâf	Q	-
ك	Kâf	K	-
ل	Lâm	L	-
م	Mim	M	-
ن	Nun	N	-
و	Wâw	W	-
هـ	Hâ	H	-
ء	Hamzah	’	<i>apstroflurus</i> miring (tidakuntukawal kata)
ي	Yâ	Y	-
ة	Tâ’ Marbutah	H	Dibaca <i>ah</i> ketikamawquf
ة...	Tâ’ Marbutah	t/h	dibaca <i>ah/at</i> ketikamawquf

## B. Vokal Pendek

Arab	Latin	Keterangan	Contoh
اَ	A	Bunyifathahpendek	أَقْلَ
اِ	I	Bunyikasrahpendek	سَلِمَ
اُ	U	Bunyidammahpendek	أُحْدُ

## C. Vokal Panjang

Arab	Latin	Keterangan	Contoh
اَآ	A	Bunyifathahpanjang	كَآنَ
اِآ	I	Bunyikasrahpanjang	بَنَى
اُآ	U	Bunyidammahpanjang	كُوْنُوْ

## D. Diftong

Arab	Latin	Keterangan	Contoh
اَوْ	Aw	Bunyifathahdiikutiwaw	مَوْزَ
اَيَّ	Ai	Bunyifathahdiikutiya'	كَيِّدَ

## E. Pembauran kata sandang tertentu

Arab	Latin	Keterangan	Contoh
أَلْقَ	Al-Qo	Bunyi al Qomariyyah (el matidibacajelas)	أَلْقَرَ
أَلَشَّ	Asy-Sya	Bunyi al Syamsiyyah (el matitidakdibaca, digantidenganhuruf yang mengikutinya)	أَلَشَّمْسُ
وَالْمُ / وَالنَّ	WaldanWat	Bunyi al diawalihurufhidup, hamza tidakterbaca	وَالْمُعَامَلَةُ / وَالنَّرْبِيَّةُ



## ABSTRAK

Dalam perkembangan era bisnis belakangan ini, perubahan terus cepat berjalan, dimana lingkungan bisnis terus berubah. Maka setiap perusahaan haruslah melakukan perencanaan bagi penyesuaian hubungan bisnis antara pemasar perusahaan dengan pelanggan melalui hubungan relational. *Relationship marketing* suatu hal yang memperhatikan hubungan produsen dengan konsumen yang bertujuan untuk membina hubungan jangka panjang. Loyalitas pelanggan akan suatu produk akan memajukan bagi sebuah perusahaan. namun untuk mencapai itu semua dibutuhkan suatu usaha yang berupa strategi dari perusahaan berupa hubungan jangka panjang atau disebut juga dengan *relationship marketing*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah BMT Muamalat Limpung.

Penelitian ini adalah kuantitatif, penelitian lapangan dengan pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BMT Muamalat Limpung, penarikan sampel menggunakan teknik yang digunakan adalah *nonrandom sampling*, dengan jenis *Purposive sampling*, untuk kriteria responden adalah lebih dari satu tahun menjadi nasabah BMT Muamalat Limpung. sampel yang dihitung menggunakan rumus Slovin diperoleh sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah uji instrumen pertanyaan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis dengan menggunakan uji t dan koefisien determinasi ( $R^2$ ), dengan olah data menggunakan SPSS 16.0 *for windows*.

Hasil regresi linear sederhana dari penelitian ini adalah  $Y = 0,356 + 0,867 X$ . Adapun hasil penelitian pada koefisien regresi secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10,403 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,66 maka apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10,403 > 1,66$ ), jadi  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Relationship Marketing (X) terhadap Loyalitas (Y). Sedangkan dalam koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,525, hal ini berarti bahwa variasi

perubahan Loyalitas (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel *Relationship Marketing* (X) yaitu 52,50% Sedangkan sisanya sebesar 47,50% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian ini.

Kata Kunci: *Relationship Marketing*, Loyalitas, BMT.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr Wb.*

Segala puji senantiasa kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan segala alam yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, hidayahNya kepada kita semua. Dan atas karuniaNya sehingga kita masih diberikan kehidupan hingga saat ini. Semoga kita masih terus dilindungi, diberkahi dan diberikan kesehatan oleh sang pencipta agar kepala ini masih bisa tetap bersujud kepadaNya. Amin. Shalawat beserta salam kita sampaikan kepada baginda besar kita, yang telah menuntun kita dari kegelapan zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan kedamaian dan keberkahan dari sang khalik. Makhluk paling sempurna di sisiNya, yakni Rasulullah SAW. Yang dengan syafa'atnyalah kita mengharapkan keridhaanNya.

Dengan segenap rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan Alhamdulillah telah menyelesaikan sebuah karya ilmiah yang berupa skripsi yang berjudul “PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS BMT MUAMALAT LIMPUNG BATANG”. Dengan lancar dan tanpa hambatan yang berarti.

Penulis sadar bahwa terselesaikannya skripsi ini bukanlah hasil jerih payah penulis pribadi, akan tetapi karena adanya wujud akumulasi dari usaha dan bantuan, pertolongan, serta do'a dari berbagai pihak yang telah berkenan membantu penulis dalam

menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, sudah seharusnya penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. DR. H. Muhibbin, M.Ag., selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. DR. Imam Yahya, M.Ag., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan stafnya.
3. Dr. Ahmad Furqon, Lc, MA selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan ijin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi.
4. Dr. H. Musahadi, M.Ag., selaku pembimbing I dan H. M. Fauzi, SE., MM., selaku pembimbing II yang selalu senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran sehingga penulis bisa menyelesaikan karya ilmiahnya ini dengan baik dan lancar
5. Segenap dosen UIN Walisongo Semarang beserta staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melayanin dan memberikan sebagian ilmu mereka dengan penuh kesabaran.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi ini.

Semoga Allah membalas kebaikan mereka semua dengan balasan yang lebih baik dari apa yang mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh

dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan rendah hati penulis meminta maaf, serta kritik dan sarannya kepada pembaca agar di kemudian hari bisa tercipta karya ilmiah yang lebih baik. *Amin ya Rabbal 'Alamin.*

*Wassalamu'alaikum Wr Wb*

Semarang, 6 Desember 2016

**Ririn Dwi Kurniawati**  
**NIM 122411156**

## 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 MOTO .....</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>xi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	8
1.4 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori	
2.1.1 Kajian Teori Tentang Pemasaran.....	11
2.1.2 Kajian Teori Tentang <i>Relationship Marketing</i>	14
2.1.3 Kajian Teori Tentang Loyalitas Pelanggan	38
2.1.4 Kajian Teori Tentang Baitul Mal Wattamwil (BMT).....	45

2.2 Penelitian Terdahulu.....	50
2.3 Definisi Operasional .....	54
2.4 Kerangka Pemikiran .....	59
2.5 Hipotesis.....	59
 <b>BAB III    METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	61
3.2 Waktu Dan Tempat Penelitian .....	62
3.3 Populasi Dan Sampel .....	62
3.3.1 Populasi .....	62
3.3.2 Sampel.....	63
3.4 Data Dan Sumber Data.....	64
3.4.1 Jenis Data .....	64
3.4.2 Sumber Data .....	65
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	65
3.5.1 Kuesioner .....	65
3.5.2 Dokumentasi.....	67
3.6 Variabel Penelitian.....	68
3.6.1 Variabel Bebas.....	68
3.6.2 Variabel Terikat.....	69
3.7 Teknik Analisis Data.....	69
3.7.1 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas .....	69
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	71
3.7.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	72
3.7.4 Uji Hipotesis.....	72

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

4.1 Penyajian Data .....	74
4.1.1 Sejarah singkat BMT Muamalat Limpung	74
4.1.2 Profil BMT Muamalat Limpung .....	78
4.1.3 Produk-Produk BMT Muamalat Limpung	85
4.1.4 Karakteristik Responden .....	89
4.2 Analisis Data Dan Interpretasi Data	
4.2.1 Uji Validitas .....	94
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	97
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	98
4.2.4 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	102
4.2.5 Uji Hipotesis .....	104
4.3 Pembahasan .....	107

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	113
5.2 Saran .....	114
5.3 Penutup .....	115

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Jumlah Nasabah.....	6
Tabel 3.1	Alternatif Jawaban.....	66
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	91
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .	92
Tabel 4.4	Lama Responden Menjadi Nasabah BMT Muamalat Limpung .....	93
Tabel 4.5	Uji Validitas Relationship Marketing .....	95
Tabel 4.6	Uji Validitas Loyalitas.....	96
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 4.8	Uji Normalitas .....	100
Tabel 4.9	Uji Linearitas.....	102
Tabel 4.10	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	103
Tabel 4.11	Uji T Test .....	105
Tabel 4.12	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	59
Gambar 4.1 Struktur Lembaga BMT Muamalat Limpung .....	81