

**PENGARUH FAKTOR SPIRITUAL MARKETING TERHADAP
LOYALITAS NASABAH (STUDI PADA BANK MUAMALAT
INDONESIA CABANG PEMBANTU PATI)”**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 dalam Ilmu Ekonomi Islam**



Oleh:

**NUR AYU RIZQIA
NIM 092411131**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2013

Dr. H. Muchlis, M.Si

Jl. Mangkang Indah Rt. 11/II No. 407

Wonosari Ngaliyan, Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (eksemplar)

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Nur Ayu Rizqia

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah

IAIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, dengan ini kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Nur Ayu Rizqia

Nim : 092411131

Jurusan : Ekonomi Islam

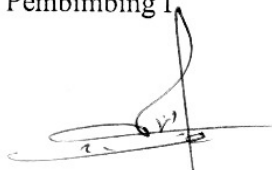
Judul : **PENGARUH FAKTOR SPIRITUAL MARKETING TERHADAP
LOYALITAS NASABAH (STUDI PADA BANK MUAMALAT
INDONESIA CABANG PEMBANTU PATI)**

Telah disusun dengan benar sesuai kaidah ilmiah, dan kami menyutujuinya. Karenanya kami mohon kiranya naskah skripsi tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. wr.wb

Semarang, 13 Maret 2013

Pembimbing I



Dr. H. Muchlis, M.Si

Pembimbing II



H. Ahmad Furqon, Lc., MA



DEPARTEMEN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
Jl. Prof. DR. Hamka (Kampus III) Telp/Fax. (024) 7601291 Ngaliyan Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi atas nama:

Nama : NUR AYU RIZQIA

NIM : 092411131

Judul : "PENGARUH FAKTOR SPIRITUAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI PADA BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG PEMBANTU PATI)"

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal:

20 Juni 2013

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Starata Satu (S1) tahun akademik 2012/2013.

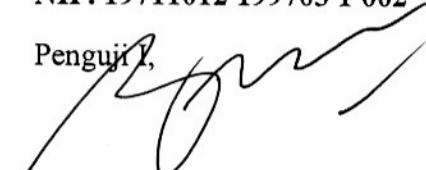
Semarang, 20 Juni 2013

Mengetahui,

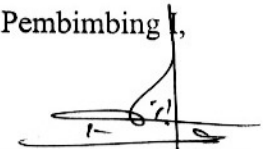
Ketua Sidang,


Moh. Arifin, S.Ag, M. Hum
NIP. 19711012 199703 1 002


Penguji I,


Rahman El Junusi, SE, MM
NIP. 19691118 200003 1 001


Pembimbing I,


Drs. Muchlis, M.Si
NIP. 19610117 198803 1 002


Sekretaris Sidang,


H. Ahmad Furqon, Lc., MA
NIP. 19751218 200501 1 002

Penguji II,


Drs. H. Johan Masruhan, MM
NIP. 19510510 198203 1 002

Pembimbing II,


H. Ahmad Furqon, Lc., MA
NIP. 19751218 200501 1 002



MOTTO

“Every soul shall taste death, so prepare for the journey”

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan dan kebanggaan hati, kupersembahkan karya skripsi ini untuk orang-orang yang selalu hadir dalam hidupku, teruntuk mereka yang selalu ada mengulurkan tangan dan memberikan dukungan serta doanya ketika aku mulai menyerah dengan keadaan. Terima kasih yang teramat istimewa untuk:

[Bapak (Akhmad Saekhu) dan Ibu (Fitriyah)]

[Fiqi Zulfikar]

[Bayu Firdaus]

[Shavira Aulia Rahma]

[Ataka Fauzul Kamal]

and

[My_Tobi]

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 satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 20 Juni 2013

Deklarator,

Nur Ayu Rizqia
NIM. 092411131

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan masalah apakah terdapat pengaruh faktor *spiritual marketing* (teistis (*rabbâniyyah*), humanistis (*insâniyyah*), realistik (*al-wâqi'iyyah*) dan etis (*akhlâqiyyah*)) terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Pati. Penelitian ini bertujuan menguji secara parsial dan simultan bagaimana faktor *spiritual marketing* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Pati. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya memberikan masukan dan informasi terhadap praktisi Perbankan Syariah khususnya Bank Muamalat Indonesia, terutama manajer pemasaran dalam menentukan kebijakan untuk menggunakan konsep pemasaran yang efektif guna mempertahankan loyalitas nasabahnya.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah teknik sampel acak (*probability sampling*). Sedangkan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis regresi linier sederhana, dan uji asumsi klasik. Pengolahan statistiknya menggunakan program SPSS versi 16.0, di mana menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (faktor *spiritual marketing*) terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah) memberikan sumbangan sebesar 11.8%, sedangkan yang 88.2% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil uji empiris pengaruh faktor *spiritual marketing* terhadap loyalitas nasabah menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.613 dan *p value* (sig) sebesar 0.000 dengan menggunakan tingkat *alpha* 10%, maka posisi nilai probabilitasnya berada di bawah nilai *alpha*. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor *spiritual marketing* (teistis (*rabbâniyyah*), humanistis (*insâniyyah*), realistik (*al-wâqi'iyyah*) dan etis (*akhlâqiyyah*)) terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci: *Spiritual Marketing* dan Loyalitas Nasabah

KATA PENGANTAR

Bismillāhirrahmānirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul :

“PENGARUH FAKTOR SPIRITUAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI PADA BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG PEMBANTU PATI)” dengan baik tanpa banyak menuai kendala yang berarti. Shalawat serta salam semoga tetap dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat-sahabat dan pengikutnya.

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 terima kasih sedalam-dalamnya Penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dengan moral dan bantuan apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terima kasih terutama Penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag selaku Kajor Ekonomi Islam
4. Bapak Dr. H. Muchlis, M.Si selaku Dosen Pembimbing I, serta Bapak H. Ahmad Furqon, Lc., MA selaku Dosen Pembimbing II, yang telah

bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Semua Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.
6. Seluruh Karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Pati, khususnya Bapak Baskoro selaku pimpinan Bank Muamalat Cabang Pembantu Pati, yang telah membantu memberikan fasilitas dan waktunya. Semua itu sangat berharga bagi Penulis.
7. Bapak Adi Rustanto, selaku anggota DPRD Semarang dari fraksi PDIP. Terima kasih atas bantuan secara materil dan moril. Berkat Bapak Penulis bisa melakukan penelitian di lembaga yang diharapkan.
8. Kedua orang tua (Bapak Akhmad Saekhu dan Ibu Fitriyah), yang telah memberikan segalanya. Terima kasih atas ketulusan cinta dan kasih sayangnya, terima kasih atas segala dukungan dan doa-doanya. Kalian adalah segalanya.
9. Adik-adiku tercinta (Fiki, Bayu, Vira, si kecil Ataka). Kalian secara tidak langsung memberikan motivasi yang teramat besar tanpa kalian sadari.
10. Kakek (Alm. Akhmad Sakeh) dan Nenek (Alm. Masyithoh) tercinta, yang telah merawatku ketika kecil. Andai saja aku bisa melawan takdir, aku ingin kalian ada saat aku sekarang ini. Cinta kasih kalian tidak akan pernah terlupakan.

11. Kakek (Ruyat) dan Nenek (Juriyah), terima kasih atas nasehat-nasehat dan petuahnyanya yang “kuno” tapi memberikan banyak pelajaran.
12. Untuk pak lik dan bu lik (om Imam, tante Amel, om Tarno, lik Hatun, om Deni, lik Jilah, om Hajir, lik Ayin, om Fajar, om Hakim, lik Khusni, lik Rozi, lik Nabila, om Edi, lik Nur, lik Parisah). Terima kasih atas semua dukungan yang kalian berikan.
13. Untuk sepupuku (Libna, Ody, Zafran, Nadia, Elsa, Mut).
14. Untuk seluruh keluarga yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil, serta doa dan kasih sayangnya.
15. Untuk sahabat hidup “Tobi”, yang selalu setia memberikan dukungan dan harapan hidup yang lebih indah. Terima kasih telah melengkaphi hidupku.
16. EID *Class* (Khofa, Aam, Icha, Fitri, Riri, Nafik, Sasa, Nadzir, Ovi, Nj, Nh, Nita, Novi, Tika, Ruli, Santi, Rini, Aw, Mun, Mba Al, Syifa, Eli, Ifa, Nana, Amri, Bekti, Sofyan, Pur, Salim, Safik, Oni, Deni, Royan, Bahrudin, Fuadi, Taqim) yang setia melangkah bersama dalam suka maupun duka. Tetep jaga silaturahmi!
17. Teman-teman SKM AMANAT (Nazil, Odi, Hamid, Arif, Ipank, Jamil, Cak Her, Mas Syafa’, Mas Amin, Mas Farih, Mba Eni, Irma, Mas Jeki, Mas Farid, dll) yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya ketika penulis merasakan penat dan kebuntuan dalam berpikir.

18. Seluruh teman-teman HMJ EI, IMPP, FORSHEI, BKC, PMII. Bersama kalian menjadi pengalaman yang berharga.
19. Bapak dan Ibu kos el-Mahmud dan teman-teman kos. Terima kasih atas pengertiannya.
20. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu selesainya penulisan skripsi ini.

Terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Penulis hanya bisa berdoa dan berikhtiar karena hanya Allah SWT yang bisa membalas kebaikan kalian semua. Besar harapan, tulisan, ide, gagasan dan apa yang telah Penyusun dokumentasikan dalam bentuk karya tulis ini dapat bermanfaat dan 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, 20 Juni 2013

Penyusun

Nur Ayu Rizqia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN BERITA ACARA MUNAQASYAH.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN DEKLARASI.....	vii
HALAMAN ABSTRAK.....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xiii
HALAMAN DAFTAR TABEL	xvii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.5. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Telaah Pustaka.....	15
2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1. Definisi Spiritual Marketing.....	17
2.2.2. Dasar Hukum Islam Marketing.....	21
2.2.3. Karakteristik Spiritual Marketing.....	27
2.2.4. Perkembangan Konsep Pemasaran.....	38
2.2.5. Loyalitas	41
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritik.....	47
2.4. Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1. Jenis Dan Sumber Data	48
3.2. Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.3. Metode Pengumpulan Data	50
3.4. Variabel Penelitian Dan Pengukuran	52
3.4.1. Definisi Operasional.....	52

3.5. Teknis Analisis Data	54
3.5.1. Uji Validitas	54
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	55
3.5.3. Teknik Analisis Data.....	56
3.5.4. Uji Asumsi Klasik	57
3.5.4.1. Pengujian Autokorelasi.....	58
3.5.4.2. Pengujian Heteroskedastisitas.....	58
3.5.4.3. Pengujian Multikolinieritas	59
3.5.5. Uji Hipotesis.....	60
3.5.6. Uji Kelayakan Model.....	60
3.5.6.1. Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan...	61
3.5.6.2. Pengujian Koefisien Regresi Secara Individual..	62
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	64
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	64
4.1.1. Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia.....	64
4.1.2. Produk Dan Jasa Bank Muamalat Indonesia.....	68
4.1.3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia.....	73
4.2. Penyajian Data	74
4.3. Diskripsi Data Penelitian.....	76
4.3.1. Spiritual Marketing.....	77
4.3.2. Loyalitas Nasabah.....	80

4.4. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen.....	81
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	84
4.5.1. Uji Multikolinieritas.....	84
4.5.2. Uji Autokorelasi.....	85
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.6. Analisis Data.....	87
4.6.1. Koefisien Determinasi.....	87
4.6.2. Uji Hipotesis.....	88
4.6.3. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	91
4.7. Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP	98
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Saran.....	99
5.3. Limitasi.....	100
5.4 Penutup.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 4.2.1. Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
TABEL 4.2.2. Kelompok Responden Berdasarkan Umur.....	74
TABEL 4.2.3. Kelompok Pendidikan Responden	75
TABEL 4.2.4. Kelompok Responden Berdasarkan Agama.....	75
TABEL 4.2.5. Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
TABEL 4.3.1. Hasil Skor Kuesioner Regresi.....	77
TABEL 4.3.2. Hasil Uji Validitas Instrumen.....	82
TABEL 4.3.3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	83
TABEL 4.5.1. Hasil Uji Multikolieritas.....	84
TABEL 4.5.2. Hasil Uji Autokorelasi.....	85
TABEL 4.6.1. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	87
TABEL 4.6.2. Hasil Uji Simultan.....	89

TABEL 4.6.3. Hasil Uji Parsial.....	90
TABEL 4.6.4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	91

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.3.1. Kerangka Pemikiran Teoritik.....	47
GAMBAR 4.1.1. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia.....	73
GAMBAR 4.5.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	86