

**PENGARUH STRATEGI *MARKETING MIX*
DAN MOTIVASI MENJALANKAN AGAMA TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA DI BMT ROBBANI KALIWUNGU**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

dalam Ilmu Syariah



Oleh:

Ani Ayu Arofah

NIM 72411092

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS SYAR'IAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2011

Muhammad Saifullah, M.Ag.
Jl. Taman Karonsih IV No. 1181 Ngaliyan Semarang

Drs. H. Wahab Zaenuri, M.M.
Bangetayu Wetan RT 02 RW I Genuk Semarang 50115

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Ani Ayu Arofah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah

Assalaamu'alaikum. Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya,
bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Ani Ayu Arofah
NIM : 072411092
Judul : "Pengaruh Strategi *Marketing Mix* dan Motivasi
Menjalankan Agama terhadap Keputusan Menjadi Anggota
di BMT Robbani Kaliwungu"

Selanjutnya kami mohon agar skripsi tersebut dapat segera
dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalaamu'alaikum. Wr. Wb.

Pembimbing I


Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 197006211996031003

Semarang, Juni 2011

Pembimbing II


Drs. H. Wahab Zaenuri, M.M.
NIP. 196909082000031001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Prof. Hamka Kampus III Ngaliyan Semarang, 50185 Telp/ Fax (024) 7601291

PENGESAHAN

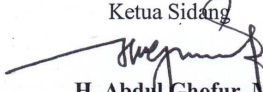
Skripsi Saudara : Ani Ayu Arofah
NIM : 072411092
Judul : “Pengaruh Strategi *Marketing Mix* dan Motivasi
Menjalankan Agama Terhadap Keputusan Menjadi Anggota
di BMT Robbani Kaliwungu”

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah Institut Agama Islam
Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat
cumlaude/baik/cukup/, pada tanggal: 28 Juni 2011.

dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun
akademik 2010/2011.

Semarang, 28 Juni 2011


Ketua Sidang


H. Abdul Ghofur, M.Ag
NIP. 196701171997031001

Penguji I

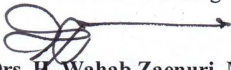

Nur Fatoni, M.Ag
NIP. 197308112000031004

Pembimbing I



Muhammmad Saifullah, M.Ag
NIP. 197003211996031003

Sekretaris Sidang

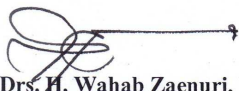



Drs. H. Wahab Zaenuri, M.M
NIP. 196909082000031001

Penguji II


H. Muchammad Fauzi, SE.M.M
NIP. 197302172006041001

Pembimbing II


Drs. H. Wahab Zaenuri, M.M
NIP. 196909082000031001

MOTTO

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَبِيمِ وَالْغَيْظِ وَالْعَافِينَ عَنِ

النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٣٤﴾

“(Yaitu) Orang-orang yang berinfak, baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan mema’afkan (kesalahan) orang lain. Dan Allah mencintai orang-orang yang berbuat kebaikan.” (Q.S. Ali Imran: 134)¹

¹ Departemen Agama RI, *Mushaf Alqur’an Terjemah*, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2007, Edisi 2002. h. 67

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur senantiasa kita panjatkan kehadirat Allah SWT. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan umat Islam.

Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini kuhadiahkan kepada orang-orang yang sangat berarti dalam kehidupanku:

- ❖ Kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberi semangat spiritual. Melalui kalian berdua aku ada di dunia.
- ❖ Kakak-kakakku dan adikku tercinta yang senantiasa mendukung belajarku.
- ❖ Semua keponakanku tersayang yang senantiasa menghibur disaat aku lelah.
- ❖ *Ummahaat* Kajian Akhwat Kaliwungu-Brangsong.
- ❖ Teman-teman Kajian Alqur'an Intensif (KAI) Kendal.
- ❖ Teman-teman STIT Kendal angkatan 2006.
- ❖ *Ikhwan* dan *Akhwat* KAMMI Komisaríat IAIN Walisongo Semarang.
- ❖ Teman-teman kuliah EIB 2007.
- ❖ Teman-teman KKN Posko 76.

Deklarasi

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah 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, 13 Juni 2011

Deklarator

Ani Ayu Arofah

ABSTRAK

Perilaku seseorang dalam memutuskan pembelian suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa, dipengaruhi beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut berasal dari dalam dan luar individu. *Marketing Mix* adalah salah satu faktor dari luar yang dapat mempengaruhi seseorang memutuskan perilaku pembeliannya. Adapun faktor dari dalam individu salah satunya adalah adanya motivasi yang timbul dari individu itu sendiri yang berhubungan dengan keyakinan ajaran agamanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi *Marketing Mix* dan motivasi menjalankan agama terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Robbani Kaliwungu.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang masih aktif > 6 bulan. Adapun sampel yang digunakan sebanyak 82 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan wawancara, dokumentasi, dan questioner. Sedangkan teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reabilitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t, uji F dan koefisien determinasi), serta uji asumsi klasik (uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi).

Dari hasil uji validitas dan reabilitas, diperoleh tiap-tiap instrumen dari semua variabel nilai r_{hitung} nya di atas 0,220 (α 5%) sedangkan *cronbach's alpha* > dari 0,6. Hal ini dapat dinyatakan valid dan reliabel.

Dari hasil regresi diperoleh konstanta sebesar 1,632, menyatakan bahwa jika tidak ada *Marketing Mix* dan motivasi menjalankan agama maka keputusan menjadi anggota adalah -1,632. Adapun diperoleh koefisien regresi 0,310 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 point *Marketing Mix* akan meningkatkan keputusan menjadi anggota sebesar 0,310 atau 31 persen. Sedangkan koefisien regresi 0,186 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 point Motivasi menjalankan agama akan meningkatkan Keputusan menjadi anggota sebesar 0,186 atau 18,6 persen.

Selanjutnya hasil uji statistik diantaranya, uji t menunjukkan signifikansi $X_1 < 0,05$ berarti hipotesis diterima, sedangkan $X_2 > 0,05$ berarti hipotesis ditolak. Uji F menunjukkan signifikansi 0,000 maka X_1 dan X_2 dapat dipakai untuk memprediksi Y. Sedangkan hasil koefisien determinasi, angka $R > 0,5$ yaitu sebesar 0,620, hal ini menunjukkan bahwa korelasi/hubungan antara variabel Y dengan X_1 dan X_2 adalah kuat.

Adapun dari hasil analisis uji asumsi klasik diantaranya, uji normalitas dilihat dalam grafik bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji multikolinearitas dilihat bahwa angka VIF < 10 dengan tolerance > 1. Hal ini dapat dikatakan model regresi tidak terdapat multikolinearitas. Untuk uji heteroskedastisitas dilihat dari grafik terdeteksi bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar di atas maupun di bawah angka 0. Hal ini dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan dalam uji autokorelasi terlihat angka *Durbin Watson* +1,208, maka hal inipun dapat dinyatakan model regresi tidak terdapat masalah autokorelasi.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah, pujian yang baik dan penuh barakah pada-Nya dan kepada-Nya sebagaimana yang Dia sukai dan ridhai. Sholawat dan salam semoga selalu tercurah kepada nabi akhir zaman Rasulullah SAW, ahlul baitnya, para sahabat, imam mujahidin, tauladan kaum muslimin. Semoga kita semua bisa menjadi pengikutnya hingga hari akhir.

Atas rahmat Allah Yang Maha Kuasa, akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi *Marketing Mix* dan Motivasi Menjalankan Agama Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di BMT Robbani Kaliwungu”. Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana strata 1 (S1) pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah di IAIN Walisongo Semarang.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang.

4. Bapak Muhammad Saifullah, M.Ag dan Bapak Drs. H. Wahab Zaenuri, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan II yang penuh dengan ketelitian dan kesabaran dalam mengarahkan penulis hingga skripsi ini selesai.
5. Segenap Pengurus dan Karyawan BMT Robbani Kaliwungu, yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian sebagai bahan penulisan skripsi.
6. Semua teman kuliah EIB 2007 dan KKN di posko 76, kenangan indah bersamamu.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan untuk hasil karya yang lebih baik.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Alhamdulillahirabbil'alamiin.

Semarang, 13 Juni 2011

Penulis,

ANI AYU AROFAH

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN 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	x
HALAMAN DAFTAR TABEL	xv
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xvi
HALAMAN DAFTAR GRAFIK	xvii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penulisan	9
1.4. Sistematika Penulisan	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13

2.1.1.	Pengertian Pemasaran	13
2.1.2.	Konsep Pemasaran	14
2.1.3.	Strategi <i>Marketing Mix</i>	15
2.1.3.1.	Unsur-unsur <i>Marketing Mix</i>	17
2.1.3.1.1.	Strategi Produk	17
2.1.3.1.2.	Strategi Harga	21
2.1.3.1.3.	Strategi Promosi	22
2.1.3.1.4.	Strategi Tempat	26
2.1.3.1.5.	Strategi SDM	27
2.1.3.1.6.	Strategi Proses	28
2.1.3.1.7.	Strategi Layanan Konsumen	29
2.1.4.	Motivasi	30
2.1.4.1.	Pengertian Motivasi	30
2.1.4.2.	Jenis Motivasi	32
2.1.4.3.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Motivasi	33
2.1.4.4.	Teori Motivasi	34
2.1.4.5.	Motivasi Menjalankan Agama	35
2.1.5.	Perilaku Konsumen	40
2.1.5.1.	Pengertian Perilaku Konsumen	40
2.1.5.2.	Model Perilaku Konsumen	42
2.1.5.3.	Teori Perilaku Konsumen	43
2.1.5.4.	Persepsi Konsumen	44

2.1.5.5. Keputusan Pembelian	46
2.1.5.6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	48
2.1.6. <i>Baitul Mal Wa Tamwil</i>	49
2.1.6.1. Pengertian BMT	49
2.1.6.2. Sejarah Berdirinya BMT	50
2.2. Penelitian Terdahulu	52
2.3. Kerangka Pemikiran	55
2.4. Hipotesis	56
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	58
3.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data	58
3.1.1. Jenis Penelitian	58
3.1.2. Sumber Data	58
3.2. Populasi dan Sampel	59
3.2.1. Populasi	59
3.2.2. Sampel	59
3.3. Metodologi Pengumpulan Data	60
3.4. Variabel Penelitian dan Dfinisi Operasional	63
3.4.1. Variabel Penelitian	63
3.4.2. Dfinisi Operasional	64
3.5. Teknik Analisis Data.....	66

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	72
4.1. Gambaran Umum BMT Robbani Kaliwungu	72
4.1.1. Sejarah Berdirinya BMT Robbani Kaliwungu	72
4.1.2. Dasar Penggerak BMT Robbani Kaliwungu	74
4.1.3. Tujuan dan Fungsi BMT Robbani Kaliwungu	76
4.1.4. Visi dan Misi BMT Robbani Kaliwungu	76
4.1.5. Program Kerja BMT Robbani Kaliwungu	77
4.1.6. Struktur Organisasi BMT Robbani Kaliwungu	78
4.1.7. Keanggotaan BMT Robbani Kaliwungu	81
4.1.8. Produk-produk BMT Rabbani Kaliwungu	82
4.1.9. Operasional BMT Robbani Kaliwungu	83
4.1.10. Perkembangan BMT Robbani Kaliwungu.....	89
4.2. Diskripsi Responden	90
4.3. Analisis Data	92
4.3.1. Uji Validitas dan Reabilitas	92
4.3.1.1. Uji Validitas.....	92
4.3.1.2. Uji Reabilitas	95
4.3.2. Analisis Regresi Linier Berganda	96
4.3.3. Uji Statistik	98
4.3.3.1. Uji t	98
4.3.3.2. Uji F	99
4.3.3.3. Koefisien Determinasi	100

4.3.4. Uji Asumsi Klasik	101
4.3.4.1. Uji Normalitas	101
4.3.4.2. Uji Multikolinearitas	102
4.3.4.3. Uji Heteroskedasitas	103
4.3.4.4. Uji Autokorelasi	105
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	106
BAB : V PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Indikator

Tabel 4.1 Perkembangan BMT Robbani Kaliwungu

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel *Marketing Mix*

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Motivasi Menjalankan Agama

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Menjadi Anggota

Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Variabel *Marketing Mix*

Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Variabel Motivasi Menjalankan Agama

Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Variabel Keputusan Menjadi Anggota

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.12 Hasil Uji t

Tabel 4.13 Hasil Uji F

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Komunikasi *Marketing Mix*

Gambar 2.2 Proses Terjadinya Motivasi Menurut Rochman Natawidjaya

Gambar 2.3 Teori Hierarki Kebutuhan Maslow

Gambar 2.4 Model Perilaku Konsumen

Gambar 2.5 Proses Pengambilan Keputusan

Gambar 2.6 Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT Robbani Kaliwungu

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Hasil Uji Normalitas Data

Grafik 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 2 Quesioner
- Lampiran 3 Daftar Jawaban Responden
- Lampiran 4 Instrumen Wawancara
- Lampiran 5 Output Pengolahan Data dengan SPSS
- Lampiran 6 Struktur Organisasi BMT Robbani Kaliwungu
- Lampiran 7 Brosur Produk Simpanan BMT Robbani Kaliwungu
- Lampiran 8 Brosur Produk Pembiayaan BMT Robbani Kaliwungu
- Lampiran 9 Slip Penarikan dan Penyetoran BMT Robbani Kaliwungu
- Lampiran 10 Gambar Denah Lokasi BMT Robbani Kaliwungu
- Lampiran 11 Gambar Dokumentasi Penelitian