

**PENGARUH KARAKTERISTIK SYARI'AH  
MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA BMT BISMILLAH CEPIRING**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Dalam Ilmu Ekonomi Islam



oleh :

**ROYYAN AL ATHOF**  
**NIM. 092411151**

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

**2014**

**H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.**  
Perum Sawangan Elok BF II No. 16  
Duren Mekar Sawangan Depok Jabar

**Raden Arfan Rifqiawan, SE. M.Si.**  
Jl. Kanguru I/LA  
Semarang

---

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.  
Hal : Naskah Skripsi  
A.n. Royyan Al Athof

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Walisongo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Royyan Al Athof  
NIM : 092411151  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul : **PENGARUH KARAKTERISTIK SYARIAH MARKETING  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT BISMILLAH  
CEPIRING**

Dengan ini, saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

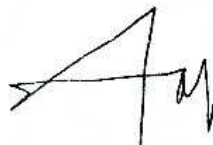
Semarang, 04 Juni 2014

Pembimbing I



**H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.**  
NIP. 19670119 199803 1 002

Pembimbing II



**Raden Arfan Rifqiawan, SE. M.Si.**  
NIP. 190800610 200901 1 009



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka KM 2 Ngaliyan Telp. (024)7601291 Semarang 50185

**PENGESAHAN**

Skripsi Saudara : **Royyan Al Athof**  
NIM : **092411151**  
Judul : **PENGARUH KARAKTERISTIK SYARI'AH MARKETING  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT  
BISMILLAH CEPIRING**

Telah dimunaqosahkan oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal :

24 Juni 2014

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1) dalam ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Islam tahun akademik 2013/2014.

Semarang, 24 juni 2014

Dewan Penguji

Ketua Sidang,

**H. Dede Rodin, L.c., M.Ag.**  
NIP. 19720416 200112 1 002

Penguji I,

**Dr. Ali Murtadho, M.Ag.**  
NIP. 19710830 199803 1 003

Pembimbing I,

**H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.**  
NIP. 19670119 199803 1 002

Sekretaris Sidang,

**H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.**  
NIP. 19670119 199803 1 002

Penguji II,

**Choirul Huda, M.Ag.**  
NIP. 19760109 200501 1 003

Pembimbing II,

**Raden Arfan Rifqiawan, SE. M.Si**  
NIP. 190800610 200901 1 009



## MOTTO

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا  
الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا  
وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصَّوْنَاكُمْ بِهِ ۗ لَعَلَّكُمْ  
تَتَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya : “ Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara ya lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berbicara, berbicaralah sejujurnya, sekalipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.” (Q.S. Al-An’am : 152)

## *PERSEMBAHAN*

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

1. Ayah dan ibu (Bapak H. Suhaimi Mastur dan Ibu Hj. Siti Mufarokah Sulayyah) tercinta yang memberikan semangat dan dorongan untuk tidak menyerah dalam mencapai kesuksesan serta do'a suci dengan setulus hati.
2. Untuk seseorang yang ada di hati ku (Alfina Tahta Alfiyana)....
3. Adik-adikku ( Rizal, Adam, Barik ) yang selalu mendo'akan dan menjadi sumber inspirasi untuk menyelesaikan skripsi
4. Untuk kelurga besarku yang tak dapat aku sebutkan satu persatu, yang telah memberikan do'a serta semangatnya.
5. Untuk sahabat-sahabatku Amri, Mumun, Yuni, Ary, Labib, dan temen- temen EID 2009 khususnya terimakasih kalian telah menjadi sahabatku yang selalu menemani dan membantuku dalam suka maupun duka.

## **DEKLARASI**

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, 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, 05 Juni 2014

Deklarator,

**Royyan Al Athof**  
**NIM. 092411151**

## 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 BMT Bismillah 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 karakteristik syari'ah marketing. Oleh karena itu dengan adanya fenomena inilah yang mendorong untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Karakteristik Syari'ah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT Bismillah Cepiring".

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan yang timbul adalah adakah pengaruh karakteristik syari'ah marketing (teistis, etis, realistik, humanistik) terhadap kepuasan nasabah pada BMT Bismillah Cepiring. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh karakteristik syari'ah marketing (yang diwakili oleh teistis dan etis) terhadap kepuasan nasabah pada BMT Bismillah Cepiring. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah BMT Bismillah Cepiring. Pengambilan sampel yang berjumlah 80 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Pengaruh yang di uji adalah variabel teistis dan variabel etis, karena dua variabel tersebut dianggap paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Teistis lebih menjelaskan hubungan terhadap Tuhan dan etis menjelaskan hubungan terhadap manusia dalam hal ini hubungan nasabah dengan karyawan BMT Bismillah. Uji t adalah uji secara individu pengaruh dari masing-masing variabel terhadap kepuasan nasabah. Nilai  $T_{hitung}$  variabel teistis ( $x_1$ ) sebesar 5,737 dan variabel etis ( $x_2$ ) sebesar 11,995 dengan  $T_{tabel}$  1,991 sehingga dapat diartikan bahwa secara individu baik variabel teistis dan etis berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Uji F adalah suatu yang menyatakan bahwa semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.  $F_{hitung}$  sebesar 202,923 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,150 artinya bahwa variabel teistis dan etis secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasar pada penelitian ini diharapkan akan menjadi informasi dan masukan bagi BMT Bismillah Cepiring yaitu dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengevaluasi dalam menerapkan konsep syari'ah marketing yang sebenarnya, pemahaman tentang kepuasan nasabah terhadap bentuk penerapan syari'ah marketing.

Kata kunci: karakteristik syari'ah marketing (teistis, etis), kepuasan nasabah.

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji bagi ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “PENGARUH KARAKTERISTIK SYARI’AH MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT BISMILLAH CEPIRING” dengan baik tanpa kendala yang berarti. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada nabi besar akhir zaman beliau baginda Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya yang senantiasa membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang, dari zaman jahiliyyah menuju zaman yang penuh ilmu dan iman di dada.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S.1) dalam jurusan ekonomi islam fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI) IAIN Walisongo Semarang.

Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan bantuan dalam bentuk apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terimakasih terutama penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Nur Fathoni, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Ahmad Furqon, Lc., MA. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam atas pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag. selaku pembimbing 1 yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Raden Arfan Rifqiawan, SE.M.Si. selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat termotivasi untuk sesegera mungkin menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Abdul Fatah Idris, M.Si. selaku dosen wali yang telah banyak mengarahkan dan membimbing penulis.



7. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Walisongo Semarang yang telah membekali penulis dengan banyak ilmu pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh keluarga besar penulis : Ayah, Bunda, Adik-adikku, dan semua keluargaku yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, kalian semua adalah semangat hidup bagi penulis yang telah memberikan do'a agar selalu melangkah dengan optimis.
9. Untuk teman-teman kelas EID 2009 yang tak dapat penulis tulis satu persatu, terimakasih karena kalian adalah teman-teman yang paling baik dan jangan pernah putus tali persaudaraan kita.

Ibarat pepatah “ tak ada gading yang tak retak”, penulis menyadari dalam penelitian skripsi tak luput dari kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakannya.

Akhir kata semoga skripsi yang penulis susun dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 05 Juni 2014

Penulis

Royyan Al Athof

NIM. 092411151

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
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 .....	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR .....	xiii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah .....	1
1.2 Perumusan masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat penelitian .....	5
1.5 Sistematika penulisan .....	6

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori .....	8
2.1.1 Pengertian Marketing .....	8
2.1.2 Pengertian Syari'ah Marketing .....	10
2.1.3 Karakteristik Syari'ah Marketing .....	13
2.1.4 Pengertian Kepuasan .....	21
2.1.5 Pengertian Baitul Maal wa Tamwil (BMT) .....	28
2.1.6 Penelitian Terdahulu .....	31
2.1.7 Kerangka Pemikiran Teoritik .....	33
2.2 Hipotesis .....	34

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Sumber Data.....	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	38
3.5 Teknik Analisis Data .....	39
3.5.1 Uji Validitas.....	39
3.5.3 Uji Reliabilitas.....	40
3.5.3 Analisis Regresi Berganda .....	41
3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....	43

### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data.....	44
4.2 Gambaran Umum BMT Bismillah .....	44
4.2.1 Sejarah BMT Bismillah.....	44
4.2.2 Visi Dan Misi BMT Bismillah Cabang Cepiring .....	47
4.2.3 Susunan Pengurus BMT Bismillah Cabang Cepiring .....	47
4.2.4 Produk Layanan BMT Bismillah Cabang Cepiring .....	48
4.3 Karakteristik Responden.....	53
4.4 Uji Reliabilitas dan Validitas.....	57
4.5 Regresi Linier Berganda.....	59
4.5.1 Multikolinearitas.....	61
4.5.2 Autokorelasi .....	62
4.5.3 Normalitas .....	63
4.5.4 Heteroskedastisitas .....	64
4.6 Pembahasan .....	65

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran .....	73

### DAFTAR PUSTAKA

### DAFTAR LAMPIRAN

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Susunan Pengurus BMT Bismillah Cabang Cepiring .....	47
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Perbandingan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Perbandingan Umur .....	53
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Perbandingan Alamat.....	54
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Perbandingan Pendidikan .....	55
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Perbandingan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.7	Reliability Analysis-Scale (Alpha).....	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	58
Tabel 4.9	Regresi Linear dan uji T.....	60
Tabel 5.0	Uji f .....	60
Tabel 5.1	Multikolinearitas Ditunjukkan Dengan Nilai VIF.....	61
Tabel 5.2	Nilai Durbin Watson .....	62
Tabel 5.3	Uji Runs Test.....	63
Tabel 5.4	PT 1 .....	66
Tabel 5.5	PT 2 .....	67
Tabel 5.6	PT 3 .....	67
Tabel 5.7	PTE 1 .....	68
Tabel 5.8	PTE 2.....	68
Tabel 5.9	PTE 3.....	69
Tabel 6.0	PK 1 .....	69
Tabel 6.1	PK 2.....	70
Tabel 6.2	PK 3.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Frekuensi Umur .....	54
Gambar 4.2 Frekuensi Alamat.....	55
Gambar 4.3 Frekuensi Pendidikan .....	56
Gambar 4.4 Kenormalan Residual .....	64
Gambar 4.5 Scatter Plot.....	65