

## **SKRIPSI**

# **PENGARUH PENERAPAN *MARKETING* SYARIAH DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah Ujung Batu)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



**OLEH :**

**ELVITA SARI  
1425120**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN  
TAHUN 2020**


## HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : ELVITA SARI  
NIM : 1425120  
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH PENERAPAN *MARKETING* SYARIAH DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK MANDIRI SYARIAH UJUNG BATU)

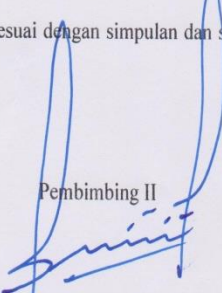
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Sabtu, 09 November 2019 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 08 Juli 2020

Pembimbing I

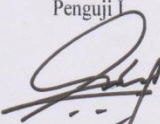
  
YULFITA ANNI, SE., MM  
NIDN. 1024097802

Pembimbing II

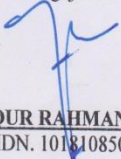
  
SEPRINI, SE., MM  
NIDN. 1025097804

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,


Penguji I

  
ANDI AFRIZAL, SE., M. SI. AK. CA  
NIDN. 1014118301

Penguji II

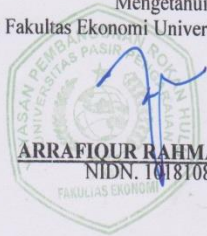
  
ARRAFIQUR RAHMAN, SE,MM  
NIDN. 1018108502

Penguji III

  
HIDAYAT, SE,MM  
NIDN. 1027058603

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

  
ARRAFIQUR RAHMAN, SE,MM  
NIDN. 1018108502



## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

**Nama** : ELVITA SARI  
**Nomor Mahasiswa** : 1425120  
**Program Studi** : MANAJEMEN  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Penerapan *Marketing* Syariah dan kepuasan nasabah terhadap *Loyalitas Nasabah* (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah Ujung Batu)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 16 September 2019

Yang Membuat Pernyataan



(ELVITASARI)

## ABSTRAK

**ELVITA SARI. NIM: 1425120. 2019. PENGARUH PENERAPAN *MARKETING* SYARIAH DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK MANDIRI SYARIAH UJUNG BATU. PEMBIMBING I: YULFITA AINI, SE.,MM DAN PEMBIMBING II: SEPRINI, SE., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh penerapan *marketing* syariah dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu baik secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian ini adalah jumlah nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu sebanyak 18.445. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dengan responden sejumlah 100 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini *marketing* syariah (X1), kepuasan nasabah (X2) dan variabel terikat loyalitas nasabah (Y). Metode pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner dan wawancara. Uji keandalan instrument meliputi uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi  $Y = 4.936 + 0.646 + 0.994$ . Secara parsial, diperoleh t-hitung *marketing* syariah 8.797 dan kepuasan nasabah 12.881. Secara simultan, diperoleh F-hitung 95.360 menunjukkan *marketing* syariah dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 66,3% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh *marketing* syariah dan kepuasan nasabah, sedangkan sisanya 33,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil pengujian secara parsial maupun secara simultan *marketing* syariah dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu.

Kata Kunci: *marketing* syariah, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat beserta salam tak lupa dilimpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita umatnya dari jaman kejahilan sampai kealam yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan skripsi yang menjadi syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada program Manajemen Universitas Pasir Pengaraian dengan bantuan berbagai pihak,

oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M.Pd, selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Bapak Purwantoro, SE., M,Si selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian
4. Ibu Yulfita Aini, SE, MM sebagai pembimbing I, yang telah banyak member motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Seprini, SE, MM sebagai pembimbing II, yang telah banyak memberi motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Rekan-rekan seperjuangan yang banyak membantu pengerjaan skripsi ini hingga akhirnya sama-sama dapat meraih gelar sarjana.

7. Semua pihak yang tak mungkin penulis sebut satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.

Semoga Allah selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu saya mengharapkan bantuan dari semua pihak baik itu kritik maupun saran yang membangun sehingga bisa menjadi yang terbaik nantinya. Demikian pengantar dari saya, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

PasirPengaraian, Juli 2019

**ELVITA SARI**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 <i>Marketing</i> Syariah.....	13
2.1.2 Kepuasan nasabah.....	19
2.1.3 Loyalitas nasabah.....	22
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	31
2.2 Kerangka Konseptual .....	33
2.3 Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	35

3.2	Populasi dan Sampel .....	35
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	36
3.4	Teknik Pengambilan Data .....	37
3.5	Variabel Defenisi Operasional .....	37
3.6	Instrumen Penelitian .....	39
3.7	Teknik Analisis Data .....	41

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah Mandiri...	45
4.1.2	Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	47
4.1.3	Prinsip-prinsip Operasional Bank Syariah Mandiri...	48
4.1.4	Struktur Organisasi.....	48
4.2	Karakteristik Responden.....	55
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.2	Berdasarkan Usia.....	55
4.3	Pengujian Instrumen Penelitian.....	56
4.3.1	Uji Validitas.....	56
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	58
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.4.1	Normalitas Data.....	59
4.4.2	Uji Multikolonieritas.....	60
4.4.3	Uji Heteroskedastisits.....	61
4.5	Analisis Deskriptif.....	62
4.5.1	Deskriptif Variabel <i>Marketing</i> Syariah (X1).....	62
4.5.2	Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah (X2).....	63
4.5.3	Deskriptif Variabel Loyalitas Nasabah (Y).....	64
4.6	Analisis Kuantitatif.....	65
4.6.1	Analisis Regesi Linear Berganda.....	65
4.6.2	Koefisen Determinasi ( $R^2$ ).....	67
4.7	Pengujian Hipotesis.....	68



4.7.1 Uji F.....	68
4.7.2 Uji tT.....	69
4.8 Pembahasan.....	70

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Bank Mandiri Syariah (BMS) Ujung Batu..... 8
Tabel 3.1	Defenisi dan Operasionalisasi Variabel ..... 38
Tabel 3.2	Penilaian Skor terhadap Jawaban Kuesioner..... 39
Tabel 3.3	Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) ..... 42
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 55
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia..... 55
Tabel 4.3	Ringkasan Hasil Validitas Item Kuesioner <i>Marketing Syariah (X1)</i> ..... 56
Tabel 4.4	Ringkasan Hasil Validitas Item Kuesioner Kepuasan Nasabah (X2)..... 57
Tabel 4.5	Ringkasan Hasil Validitas Item Kuesioner Loyalitas Nasabah (Y)..... 58
Tabel 4.6	Ringkasan Hasil Pengukuran Reliabel Item Kuesioner..... 59
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinearitas..... 60
Tabel 4.8	Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Marketing Syariah</i> ..... 62
Tabel 4.9	Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Nasabah..... 63
Tabel 4.10	Penilaian Responden Terhadap Loyalitas Nasabah..... 64
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... 66
Tabel 4.12	Model Summary..... 67
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Uji Simultan..... 68
Tabel 4.14	Hasil Uji-t..... 79

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data.....	59
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61