

**PENGARUH SYARIAH MARKETING
CHARACTERISTICS TERHADAP KEPERCAYAAN
NASABAH DAN KEPUASAN NASABAH PADA
NASABAH BANK MUAMALAT INDONESIA
CABANG PASURUAN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



**Fuatun Khasanah
2014.691.000.68**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Syari'ah Marketing Characteristics* Terhadap
Kepercayaan Nasabah dan Kepuasan Nasabah Pada Nasabah
Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasuruan

Disusun Oleh : Fuatun Kasanah

NIM : 2014.69.10.0068

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

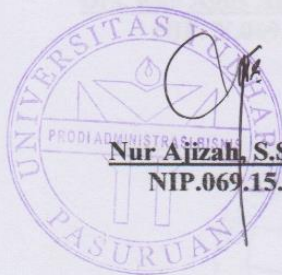
di depan tim penguji

Pasuruan, 03 Agustus 2018

Menyetujui

Kaprodi,

Pembimbing,



Nur Ajizah, S.Sos.,M.AB
NIP.069.15.02.001

Any Urwatul Wusko, S.Sos.,M.AB
NIP.Y.069. 11.03.037

TANDA PENGESAHAN

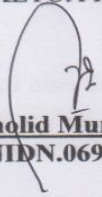
TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN, PADA :

HARI : JUM'AT
TANGGAL : 03 AGUSTUS 2018
JAM : 13.00 WIB
JUDUL : PENGARUH SYARI'AH MARKETING CHARACTERISTICS
TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH DAN
KEPUASAN NASABAH PADA NASABAH BANK
MUAMALAT INDONESIA CABANG PASURUAN

DINYATAKAN LULUS

Majelis Penguji,

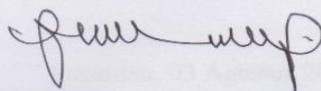
KETUA PENGUJI


Dr. Kholid Murtadlo. SE.,ME
NIDN.069.02.03.006

ANGGOTA

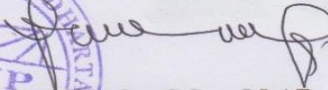

Drs. Eko Agus Alfianto, M.AB
NIP. Y.069.04.03.012

ANGGOTA


Any Urwatul Wusko, S.Sos.,M.AB
NIP.Y.069.11.03.037

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Any Urwatul Wusko, S.Sos.,M.AB
NIP.Y.069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fuatun Khasanah
NIM : 2014.69.10.0068
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 03 Agustus 2018

Yang Membuat Pernyataan



Fuatun Khasanah

MOTTO

الْعِلْمُ بِجَدِّ بِلَا جِدِّ وَلَكِنْ
الْعِلْمَ لَا يُهْدَى لِمَنْ لَا يَجِدُ

**“ILMU ITU ANUGRAH BUKAN KARENA
KESUNGGUHAN, AKAN TETAPI ILMU TIDAK
DITUNJUKKAN KEPADA ORANG YANG
TIDAK BERSUNGGUH-SUNGGUH”**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ♥ *Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, rezeki dan semua yang saya butuhkan. Allah SWT sutradara terhebat.*
- ♥ *Ibu ku tercinta Siti Mukasrifah, Bapak ku Ma'sum, Kakak dan Adik ku tersayang, terima kasih atas doa, motivasi, semangat, cinta, kasih, sayang dan pengorbanan yang telah diberikan.*
- ♥ *Bu Nyai Diah Ayu Ratna Dewi yang Insya Alloh Senantiasa memberikan doa dan barokah Beliau kepada saya santri Ponpes Alhamdulillah.*
- ♥ *Diriku sendiri Fuatun Khasanah,S.AB jangan puas hanya sampai di sini, teruskejar mimpi-mimpi itu, jangan menyerah ! Semangat !Istiqomah!*
- ♥ *Sahabat-sahabatku yang telah memberikan dukungan semangat dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.*
- ♥ *Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2014 yang selalu saling memberi semangat satu sama lain.*
- ♥ *Mbak-mbak kantin Asrama i Ponpes Ngalah yang selalu memberikan dukungan semangat dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.*
- ♥ *Seseorang yang telah hadir dalam hidupku, terima kasih atas segala dukungan semangat, pengorbanan dan segalanya, semoga engkau senantiasa di lindunginya dan di berikan kelancaran dalam urusan segala hal.*

Terhatur Do'a semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah kepada kita semua.Amiin....

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji dan syukur kami haturkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Administrasi Bisnis jenjang Strata-1 Universitas Yudharta Pasuruan.

Sholawat beserta Salam kami haturkan kepada pemimpin umat Islam, Nabi Muhammad SAW, yang telah memberi pencerahan dan menebarkan banyak keilmuan di berbagai lini kehidupan.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan Skripsi ini tidak lepas dari peran berbagai pihak yang telah banyak memberikan bantuan, bimbingan, dan dorongan berupa materi, non materi maupun spiritual. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Al-Mukarromah KH. Sholeh Bahruddin beserta keluarga selaku Pembina Yayasan Darut Taqwa dan Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah yang telah memberikan motivasi spiritual kepada penulis.
2. Bapak Dr. Saifullah, M.HI, selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos.,M.AB, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Nur Ajizah, S.Sos.,M.AB, selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.

5. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos.,M.AB, selaku dosen pembimbing Skripsi ini, yang membimbing dengan benar dan sabar dari awal hingga selesainya Skripsi ini.
6. Semua dosen yang telah mendukung dan memberikan semangat beserta motivasi kepada penulis.
7. Kawan-kawan mahasiswa/i Administrasi Bisnis (Angkatan 2014), terima kasih atas kebersamaan dan bantuan kalian.
8. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu dalam tugas akhir ini, terima kasih atas bantuan dan motivasi serta pengetahuan yang kalian berikan dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Teriring Doa dan harapan semoga apa yang mereka berikan kepada penulis, mendapat pahala dan balasan yang lebih baik dari Allah SWT, Amin

Pasuruan, 03 Agustus 2018

Fuatun Khasanah

ABSTRAK

Fuatun Khasanah. NIM : 201469100068. Program studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. 30 Juli 2018. Pengaruh *Syari'ah Marketing Characteristics* Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasuruan. Pembimbing : Any Urwatul Wusko, S.sos., M.AB.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Syari'ah Marketing Characteristics* Terhadap Kepercayaan nasabah dan Kepuasan Nasabah Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasuruan Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Variabel independen yang digunakan adalah *Syariah Marketing Characteristics* dan variabel dependen yang digunakan adalah kepercayaan nasabah dan kepuasan nasabah, Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasuruan yang menggunakan produk tabungan pribadi. Kuesioner didistribusikan kepada 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*Path analysis*).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa (1) *Syari'ah Marketing Characteristics* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kepercayaan Nasabah. Hal tersebut berarti bahwa dengan adanya kenyamanan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia yang dirasakan oleh nasabah dengan menggunakan empat pendekatan *Syariah Marketing Characteristics* pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasuruan berhasil membangun kepercayaan nasabah, (2) *Syari'ah Marketing Characteristics* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal tersebut berarti bahwa *Syari'ah Marketing Characteristics* yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasuruan kepada nasabah mempunyai pengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, (3) Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal tersebut berarti bahwa Kepercayaan yang diberikan oleh nasabah kepada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasuruan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Kata kunci : *Syari'ah Marketing Characteristics*, kepercayaan nasabah, kepuasan nasabah

ABSTRACT

Fuatun Khasanah. NIM: 201469100068. Yudharta Pasuruan University Business Administration study program. July 30, 2018. Influence of Shari'ah Marketing Characteristics on Customer Trust and Satisfaction at Customers of Muamalat Indonesia Bank, Pasuruan Branch. Advisor: Any Urwatul Wusko, .S.sos, .M.AB.

This study aims to examine the influence of Shari'ah Marketing Characteristics on Customer Trust and Customer Satisfaction at the Customers of Bank Muamalat Indonesia Pasuruan Branch This research is an explanatory research with a quantitative approach. The independent variables used are Characteristics and the dependent variable used is customer trust and customer satisfaction. The population of this research is the customers of Bank Muamalat Indonesia Pasuruan Branch who use personal savings products. Questionnaires were distributed to 100 respondents using purposive sampling technique. This study uses path analysis techniques (Path analysis).

The results of this study stated that (1) Syari'ah Marketing Characteristics proved to have a significant influence on the variable Customer Trust. Hal tersebut berarti bahwa dengan adanya kenyamanan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia yang dirasakan oleh nasabah dengan menggunakan empat pendekatan Syariah Marketing Characteristics pada Bank Muamalat Indonesia Branch Pasuruan berhasil membangun kepercayaan nasabah, (2) Shariah Marketing Characteristics shown to have a significant influence on customer satisfaction. It only happened because the Shariah Marketing Characteristics that was produced by the Bank of Muamalat Indonesia in the Pasuruan branch had already happened because of the damage that had occurred, (3) Trust had a significant influence on Customer Satisfaction. It just happened because of the trust that was given by the bank of Muamalat Indonesia, the Pasuruan branch, which happened because of the damage that had happened.

Keywords: Syari'ah Marketing Characteristics, customer trust, customer satisfaction

DAFTAR ISI

Sampul Depan.....	i
Sampul Dalam	ii
Tanda Persetujuan skripsi.....	iii
Tanda Pengesahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar.....	viii
Abstrak	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis	15
2.3 Hubungan Antar Variabel	31
2.4 Kerangka Konseptual.....	33
2.5 Hipotesis Penelitian	34

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Lokasi Penelitian	36
3.3	Variabel dan Pengukuran	36
3.4	Definisi Operasional Variabel	37
3.5	Skala Pengukuran	43
3.6	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.8	Metode Analisis Data.....	49

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum PT Bank Muamalat Indonesia Tbk	55
4.2	Gambaran Umum Responden.....	59
4.3	Deskripsi Frekuensi Variabel	62
4.4	Analisis Statistik Inferensial.....	66
4.5	Analisis Jalur	68
4.6	Pengujian Hipotesis	70
4.7	Hasil dan Pembahasan	73
4.8	Panemetaan Penelitian Sebelumnya	75

BAB V: PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	79

DAFTAR PUSTAKA	80
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83
------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2	Perbedaan Penelitian.....	14
Tabel 2.3	Pengertian Pemasaran.....	15
Tabel 2.4	Pengertian Kepercayaan	29
Tabel 3.1	Pengukuran Variabel <i>Syari'ah Marketing Characteristics</i> (X1)	39
Tabel 3.2	Pengukuran Variabel Kepercayaan Nasabah(Y1).....	42
Tabel 3.3	Pengukuran Variabel Kepuasan Nasabah(Y2).....	43
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas	53
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.1	Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2	Distribusi Responden berdasarkan Umur	60
Tabel 4.3	Distribusi Responden berdasarkan Pendidikan.....	61
Tabel 4.4	Distribusi Responden berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.5	Distribusi Responden berdasarkan lama menjadi nasabah.....	62
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Per Variabel <i>Syari'ah Marketing Characteristics</i> (SMC).....	63
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Per Variabel Kepercayaan Nasabah(KN).....	64
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Per Variabel Kepuasan Nasabah(KN)	65
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.10	Hasil Uji Linieritas	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Jalur Pengaruh <i>Syari'ah Marketing Characteristics</i> (X1) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y1).....	68
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Jalur Pengaruh <i>Syari'ah Marketing Characteristics</i> (X1) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y1) dan Kepuasan Nasabah (Y2).....	69

Tabel 4.13 Rangkuman Koefisien Jalur	70
Tabel 4.14 Pengujian Hubungan Langsung dan Tidak Langsung	70
Tabel 4.9 Pemetaan Penelitian Sebelumnya	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen (Assael,1992)	20
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen(Kotler, 1997).....	21
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen(Eangel,et al.,1993)	24
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Hipotesis	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 2	Tabel Frekuensi.....	88
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas	96
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas	100
Lampiran 5	Analisis Jalur.....	102
Lampiran 6	Uji Normalitas	106
Lampiran 7	Uji Linieritas	108
Lampiran 8	Surat Balasan	112
Lampiran 9	Dokumentasi Penelitian.....	113
Lampiran 10	Curriculum Vitae.....	114