

ABSTRAK

PENGARUH ETIKA SYARIAH MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PEMBIAYAAN PADA BANK BRI SYARIAH KCP WELERI KENDAL

Wahyu Nur Hidayat

(20130730162)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat Etika Syariah Marketing terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan pada Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui kuesioner. Responden yang digunakan sebanyak 80 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling. Metode analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Variabel Berperilaku Baik dan Simpatik (Shidq) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. 2) Variabel Berlaku Adil dalam Bisnis (Al-Adl) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar 0,414. 3) Variabel Bersikap Melayani dan Rendah Hati (Khidmah) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar 0,723. 4) Variabel Menepati Janji dan Tidak Curang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar 0,039. 5) Variabel Jujur dan Terpercaya (Al-Amanah) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci : *Berperilaku Baik dan Simpatik (Shidq), Berlaku Adil dalam Bisnis (Al-Adl), Bersikap Melayani dan Rendah Hati (Khidmah), Menepati Janji dan Tidak Curang, Jujur dan Terpercaya (Al-Amanah), Kepuasan Nasabah*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MARKETING ISLAMIC ETHICS TOWARDS THE SATISFICATION OF FINANCING CUSTOMER IN BRI SYARIAH BANK WELERI KENDAL BRANCH OFFICE

Wahyu Nur Hidayat

(20130730162)

This research aimed at learning the level of Marketing Islamic Ethics towards The Satisfaction of Financing Customer in BRI Syariah Bank Weleri Kendal Branch Office. This research used quantitative method using primary and secondary data obtained through questionnaire. The number of respondents was 80 people. The sample technique used was Simple Random Sampling. The analysis method was conducted by using doubled linear regression analysis. The result of the research indicated that: 1) The Variable of Behaving Well and Sympathetic (Shidq) influenced significantly towards customer satisfaction with the signification value of 0,002. 2) The Variable of Being Just in Business (Al-Adl) did not influence significantly towards customer satisfaction with the signification value of 0,414. 3) The Variable of Having Attitude of Serving and Low Profile (Khidmah) did not influence significantly towards customer satisfaction with the signification value of 0,723. 4) The Variable of Keeping Promise and No Cheating influenced significantly towards customer satisfaction with the signification value of 0,039. 5) The Variable of Being Honest and Trustworthy (Al-Amanah) influenced significantly towards customer satisfaction with the signification value of 0,000.

Keywords: *Behaving Well and Sympathetic (Shidq), Being Just in Business (Al-Adl), Having Attitude of Serving and Low Profile (Khidmah), Keeping Promise and No Cheating, Being Honest and Trustworthy (Al-Amanah), Customer Satisfaction.*