

**PENGARUH *RELATIONSHIP* MARKETING TERHADAP LOYALITAS NASABAH**

**(Studi kasus: BMT Agawe Makmur)**



Oleh:

**Silvia Puspitasari**

NPM: 20130730113

**PRODI MUAMALAT**

**KOSENTRASI EKONOMI PERBANKAN ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2017**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Silvia Puspitasari

Nomor Mahasiswa : 20130730113

Progam Studi : Ekonomi dan Perbankan Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BMT Agawe Makmur)” merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 25 April 2017

Yang Membuat Pernyataan

Silvia Puspitasari

## **MOTTO**

“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

Al – Baqarah ayat 45

“Amal yang paling disenangi oleh Allah, ialah amal yang terus-menerus dikerjakan, walaupun sedikit.”

HR. Bukhori dan Muslim

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan (mengerjakan shalat) sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

Q.S. Al-Baqarah 153

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Karya ini kupersembahkan untuk kedua orang tua ku tercinta*

*yang telah memberikan motivasi dan juga menjadi sumber inspirasiku.*

*Serta selalu mendoakanku dan memberikan dukungan untuk kesuksesanku.*

*Dan juga kepada kedua adikku Nabilla Merlina Sari dan Nexa Rizky Farel untuk dukungan dan semangatnya.*

*Yang terakhir untuk sahaba-sahabatku yang selalu memberikan semangat untuk penulisan skripsi ini.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	
HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA DINAS.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Batasan Penelitian.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI.....	10
A. Tinjauan Pustaka.....	10
1. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kerangka Teori.....	13
1. Pemasaran.....	13
a. Pemasaran syariah.....	16
b. Marketer syariah.....	17
c. Pemasaran Jasa.....	21

2. <i>Relationship Marketing</i> .....	22
a. Kepercayaan.....	30
b. Komitmen.....	32
c. Komunikasi.....	32
d. Penyelesaian Masalah.....	33
3. Loyalitas.....	34
C. Hipotesis.....	38
D. Kerangka Berfikir.....	41
BAB III.....	42
METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Subyek Penelitian dan Obyek Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel.....	42
D. Data Primer.....	43
E. Data Sekunder.....	43
F. Metode Pengumpulan Data.....	44
G. Definisi Konsep dan Variabel Penelitian.....	45
H. Teknik Analisis Data.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	48
3. Uji Asumsi Klasik.....	49
a) Uji Multikolonieritas.....	49
b) Uji Heteroskedastisitas.....	49
I. Uji Normalitas.....	49
J. Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
BAB IV.....	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52
B. Hasil Penyebaran Kuesioner.....	55
C. Karakteristik Responden.....	56
D. Uji Validitas.....	58
E. Uji Reliabilitas.....	60
F. Uji Multikolonieritas.....	61
G. Uji Normalitas.....	62
H. Uji Heteroskedastisitas.....	63
I. Regresi Linier Berganda.....	64
1. Uji F.....	65
2. Uji-t.....	66
3. Uji Koefisien Determinasi Adjusted ( $R^2$ ).....	68
J. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
1. Pengaruh Komunikasi Terhadap Loyalitas.....	69
2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas.....	70
3. Pengaruh Komitmen Terhadap Loyalitas.....	71

4. Pengaruh Penyelesaian Masalah Terhadap Loyalitas...	72
BAB V.....	74
PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75
C. Keterbatasan Penelitian.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80
A. Kuesioner Penelitian.....	80
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	86
C. Uji Hipotesis.....	91
D. Hasil Wawancara.....	92
E. Curriculum Vitae.....	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Perkembangan BMT Agawe Makmur 2014-2016.....	6
Tabel 2.1 Perbedaan Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Relasional.....	26
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	
Tabel 4.2 Karakteristik Responden.....	56
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas.....	58
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	61
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.6 Hasil Rangkuman Hasil Analisis X terhadap Y.....	63
Tabel 4.7 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji-t.....	66
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi.....	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Pemasaran.....	14
Gambar 2.2 Sistem Pemasaran Sederhana.....	15
Gambar 2.3 Pemasaran Modern.....	16
Gambar 2.4 Tahap <i>Relationship Marketing</i> .....	26
Gambar 2.5 Kerangka Berfikir.....	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	