

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*,
KOMUNIKASI PEMASARAN, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN
(STUDI KASUS PADA BMT PAHLAWAN TULUNGAGUNG)**

SKRIPSI



Oleh
Siti Yasmien Rochmatul Wasi'ah
NIM. 2823123137

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
TULUNGAGUNG
2016**

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*,
KOMUNIKASI PEMASARAN, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN
(STUDI KASUS PADA BMT PAHLAWAN TULUNGAGUNG)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Dalam Keilmuan Perbankan Syariah



Oleh
Siti Yasmien Rochmatul Wasi'ah
NIM. 2823123137

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
TULUNGAGUNG
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management*, Komunikasi Pemasaran, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan (Studi Kasus Pada BMT Pahlawan Tulungagung)” yang ditulis oleh Siti Yasmien Rochmatul Wasi’ah, NIM. 2823123137 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Tulungagung, 20 Juni 2016

Pembimbing,

Drs. H. Mashudi M.Pd.I
NIP. 19690131201121003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Muhammad Aqim Adlan, M.E.I
NIP. 197404162008011008

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*,
KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN (STUDI KASUS
PADA BMT PAHLAWAN TULUNGAGUNG)

SKRIPSI

Disusun Oleh
Siti Yasmien Rochmatul Wasi'ah
NIM. 2823123137

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 30 Juni 2016 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.)

Dewan Penguji

Ketua / Penguji :

H. Dede Nurohman, M.Ag
NIP. 19711218 200212 1 003

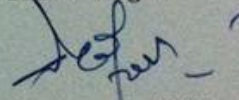
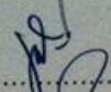
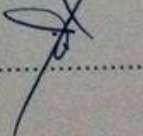
Penguji Utama :

Moh. Aswad, MA
NIP. 19750614200801 1 009

Sekretaris / Penguji :

Drs. H. Mashudi, M.Pd.I
NIP. 19690131 200112 1 003

Tanda Tangan


.....

.....

.....

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Tulungagung



H. Dede Nurohman, M.Ag
NIP. 19711218 200212 1 003

MOTTO

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا
وَأَكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا (النساء : ٥)

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”.

QS. An-Nisa/4: 5

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Abah dan mamahku tercinta, Abah Edy Santoso Apcar dan Ibu Siti Aminah Yang senantiasa memberikan limpahan do'a dan curahan kasih sayang, yang mengenalkanku kepada dunia dengan tiang agama Islam sebagai pedomannya, yang selalu memotivasi baik secara materiil, non materiil dan spiritual. Jasa dan kebaikan yang tiada pernah terbalaskan dengan apapun, semoga Abah Mamah selalu diberi kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT

Kakakku Tersayang Mas Leon, Ka Soraya, Ka Fahri, Ka Moh, Ka Ida, Ka Karin, Adikku ternyebelin Dek Ahmad, Dek Avha Serta Keponakanku Terlucu Azka, Arju, Qonita, Syam, Adhis, Audi, Alilla, Hafsa, Suka, dan Ilham Yang selalu jahil namun senantiasa memberikan semangat dan motivasinya.

Keluarga Besar kakung Alm. Albert Sarkies Apcar dan Alm. H. Samman Ja'far Terimakasih atas segala dukungan dan kasih sayangnya selama ini

Terimakasih yang tak terhingga untuk dosen-dosen ku, terutama Bapak Drs. H. Mashudi M.Pd,I, atas ilmu, wawasan, bimbingan, semangat dan motivasinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terima kasih Mas Ibnu, Zhain, Fitri, Yeyen, Mep, atas ilmu, ocehan, support dan kebersamaan yang senantiasa selalu menyemangati.

Keluarga, partnerku seperjuangan PS-E Saiful, Aini, Diza, Ghazul, Ama, Afif, Khumaid, Niza, Shintia, Mila, Susi, Mita, Hida, Ulfa, Tutut, Titin, Yeni, Sa'adah, Selvi, Dini, Uswatun, yang selalu rame, terimakasih selama ini dan terimakasih atas perkenalannya sejak 2012, semoga selalu terjalin ukhuwah yang baik diantara kita semua sampai kapanpun.

Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan IAIN Tulungagung yang sudah memberikan ilmu dan yang terbaik bagi mahasiswanya

Seluruh staf dan karyawan BMT Pahlawan Tulungagung yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian, terimakasih juga untuk motivasi dan bimbingannya

*Almamaterku tercinta IAIN Tulungagung
Dan semua pihak yang telah memberi warna sampai kuliah ini berakhir*

-TERIMA KASIH-

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan seluruh umatnya. Sehubungan dengan selesainya penelitian skripsi ini maka peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Maftukhin, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Bapak H. Dede Nurohman, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
3. Bapak Muhammad Aqim Adlan, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
4. Bapak Drs. H. Mashudi M.Pd.I selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, koreksi dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak H. Nyadin, MAP selaku manager BMT Pahlawan Tulungagung dan seluruh karyawan BMT Pahlawan Tulungagung yang telah mengizinkan, membantu dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang telah membimbing dan memberikanawasannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah khususnya Perbankan Syariah E yang telah memberi kontribusi dan saling memotivasi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Almamaterku tercinta, IAIN Tulungagung yang telah memberikan wawasan dan ladang ilmu yang tak terhingga.
9. Siapapun yang pernah peneliti temui selama kegiatan perkuliahan S-1 ini, yang telah memberikan warna selama empat tahun ini.

Dengan penuh harap semoga jasa dan kebaikan mereka semua diterima Allah SWT dan tercatat sebagai amal shalih. Akhirnya, karya ini peneliti suguhkan kepada segenap pembaca dengan harapan apabila ada saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan penelitian kedepan. Semoga karya ini bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT.

Tulungagung, 20 Juni 2016

Peneliti

Siti Yasmien Rochmatul Wasi'ah

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan -----	i
Halaman Sampul Dalam -----	ii
Halaman Persetujuan -----	iii
Halaman Pengesahan -----	iv
Halaman Motto-----	v
Halaman Persemabahan-----	vi
Kata Pengantar -----	vii
Daftar Isi -----	ix
Daftar Tabel -----	xii
Daftar Gambar -----	xiii
Daftar Lampiran-----	xiv
Pernyataan Keaslian -----	xv
Abstrak -----	xvi
Abstract-----	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah -----	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah -----	8
C. Rumusan Masalah -----	9
D. Tujuan Penelitian -----	9
E. Hipotesis Penelitian -----	10
F. Kegunaan Penelitian -----	11
G. Penegasan Istilah -----	12
H. Sistematika Pembahasan -----	16

BAB II LANDASAN TEORI

A. KERANGKA TEORI

1. <i>Customer Relationship Management</i> -----	18
2. Komunikasi Pemasaran-----	25

3. Kualitas Pemasaran -----	35
4. Loyalitas Nasabah -----	42
5. Pembiayaan-----	50

B. PENELITIAN TERDAHULU -----	54
C. KERANGKA BERFIKIR -----	64

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian -----	65
B. Variabel Penelitian -----	66
C. Populasi dan Sampel Penelitian -----	67
D. Instrumen Penelitian -----	69
E. Kisi-Kisi Instrumen -----	70
F. Sumber Data dan Skala Pengukuran-----	71
G. Teknik Pengumpulan Data -----	72
H. Analisis Data -----	72

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian-----	84
B. Deskripsi Karakteristik Responden -----	90
C. Deskripsi Variabel-----	94
D. Hasil Analisis -----	96
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument-----	96
2. Uji Asumsi Klasik -----	99
3. Analisis Regresi Linier Berganda -----	101
4. Uji Hipotesis-----	103
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)-----	108

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh CRM terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan -----	109
B. Pengaruh Komunikasi terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan -----	110

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah -----	112
D. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> , Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan -----	113

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan-----	115
B. Saran -----	116

DAFTAR RUJUKAN -----	118
-----------------------------	------------

LAMPIRAN – LAMPIRAN -----	123
----------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Perkembangan Dana Perbankan Periode Tahun 2010 – 2014 -----	7
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu -----	63
Tabel 3.1 : Kisi-kisi Instrumen -----	72
Tabel 3.2 : Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha-----	78
Tabel 4.1 : Perkembangan Anggota BMT Pahlawan -----	88
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin-----	93
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia -----	93
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir -----	94
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan -----	95
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan -----	95
Tabel 4.7 : Data Deskripsi Variabel Customer Relationship Management (X1) ---	96
Tabel 4.8 : Data Deskripsi Variabel Komunikasi Pemasaran (X2) -----	97
Tabel 4.9 : Data Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X3) -----	97
Tabel 4.10: Data Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabag (Y)-----	98
Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas -----	99
Tabel 4.12 : Hasil Uji Reliabilitas -----	100
Tabel 4.13 : Hasil Uji Normalitas -----	102
Tabel 4.14 : Hasil Uji Multikolinearitas -----	103
Tabel 4.15 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda -----	104
Tabel 4.16 : Hasil Uji t -----	106
Tabel 4.17 : Hasil Uji F -----	109
Tabel 4.18 : Hasil Uji Koefisien Determinasi -----	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual-----	66
Gambar 4.1 : Hasil Uji Heteroskedastisitas -----	103

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Hasil Uji
- Lampiran 4 : T-Tabel Statistik
- Lampiran 5 : F-Tabel Statistik
- Lampiran 6 : Riwayat Hidup Peneliti
- Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 : Surat Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 9 : Kartu Kendali Bimbingan Skripsi
- Lampiran 10: Dokumentasi Penelitian

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Siti Yasmien Rochmatul Wasi'ah

NIM : 2823123137

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi atau karya tulis yang berjudul "Pengaruh *Customer Relationship Management*, Komunikasi Pemasaran, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan (Studi Kasus Pada BMT Pahlawan Tulungagung)" ini merupakan hasil karya saya sendiri, bebas dari segala unsur plagiasi. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi atau karya tulis ini terkandung unsur atau ciri plagiasi dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Tulungagung, 20 Juni 2016



Yang membuat pernyataan

Siti Yasmien Rochmatul Wasi'ah

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management*, Komunikasi Pemasaran, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan (Studi Kasus Pada BMT Pahlawan Tulungagung)” ini ditulis oleh Siti Yasmien Rochmatul Wasi’ah.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi dengan semakin tingginya persaingan lembaga keuangan, tidak hanya bersaing dengan sesama BMT, namun juga dengan lembaga keuangan seperti bank umum syariah yang sekarang mulai tumbuh di berbagai daerah. Menjaga hubungan antara BMT dengan nasabah akan menumbuhkan kelayakatan masyarakat, dan untuk mewujudkan kualitas pelayanan yang sangat baik kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan akan menumbuhkan sikap loyalitas nasabah pembiayaan sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan dan keberadaan BMT akan selalu terjaga.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung, untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung, untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan dan untuk mengetahui *customer relationship management*, komunikasi pemasaran dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung.

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari sembilan puluh empat hasil kuesioner yang telah di isi oleh nasabah pembiayaan BMT Pahlawan Tulungagung yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *probability sampling*. Metode analisis dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reabilitas data, uji normalitas data, uji asumsi klasik, uji T, uji F, uji regresi linier berganda dan koefisien determinasi (R).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara *customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah dengan nilai *sig.* 0,000 variabel komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai *sig.* 0,000, sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai *sig.* 0,004. Dari hasil uji F, nilai F_{hitung} sebesar 22.575 dengan tingkat signifikan 0,000 sehingga ada pengaruh *customer relationship management*, komunikasi pemasaran, dan kualitas pelayanan secara terhadap loyalitas nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, Komunikasi Pemasaran, dan Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Customer Relationship Management, Marketing Communications and Customer Loyalty Service Quality Financing (Case Study At BMT Pahlawan Tulungagung) "was written by Siti Yasmien Rochmatul Wasi'ah.

This research is motivated by the increasing competition of financial institutions, not just competing with fellow BMT, but also with financial institutions such as Islamic banks are now starting to grow in many areas. Maintaining the relationship between BMT and customers will grow kelayakitan society, and to realize the excellent quality of service to customers by providing outstanding service will cultivate an attitude of customer loyalty that can affect the success of financing and the existence of BMT will always be maintained.

The problem of this thesis research is (1) whether the customer relationship management influence on customer loyalty BMT Pahlawan financing in Tulungagung? (2) whether the effect of marketing communication on customer loyalty BMT Pahlawan financing in Tulungagung? (3) whether the service quality effect on customer loyalty BMT Pahlawan financing in Tulungagung? (4) whether the customer relationship management, marketing communications and service quality jointly influence on customer loyalty BMT Pahlawan financing in Tulungagung? The purpose of this study was to analyze the effect of customer relationship management on customer loyalty financing in BMT Pahlawan Tulungagung, to analyze the impact of marketing communications on customer loyalty financing in BMT Pahlawan Tulungagung, to analyze the impact of service quality on customer loyalty financing and to determine customer relationship management, marketing communications and service quality jointly influence on customer loyalty BMT Pahlawan financing in Tulungagung.

In this study using primary data obtained from ninety-four results of questionnaires that have been filled by financing customers BMT Pahlawan Tulungagung sampled in this study with probability sampling techniques. The method of analysis in this research that the validity and reliability of data, data normality test, classic assumption test, T test, F test, multiple linear regression and coefficient of determination (R).

The results showed that there is a negative and significant impact of customer relationship management on customer loyalty, marketing communication variables positive and significant impact on customer loyalty, while the variables of service quality and significant positive effect on customer loyalty. From the F test results indicate that there is influence customer relationship management, marketing communications, and quality of service together on customer loyalty financing at BMT Pahlawan Tulungagung.

Keywords: Customer Relationship Management, Marketing Communication, and Quality of Service, Customer Loyalty.