

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA BRI SYARI'AH
CABANG YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Oleh

IKA SUDARYANTI
2002440011

SKRIPSI


**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA BRI SYARIAH
CABANG YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh:

IKA SUDARYANTI
20020440011

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing,

Pembimbing I


Sri Handari, S.E, M.Si
NIK: 143038

Tanggal... 9 Agustus 2007

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Apabila manusia melakukan pendekatan diri kepada Tuhan Pencipta mereka dengan bermacam-macam kebaikan, maka mendekatlah engkau dengan akalmu, niscaya engkau merasakan nikmat yang lebih banyak, yaitu dekat dengan manusia di dunia dan dekat dengan Allah di akhirat”

(Al Hadis)

“Pintu kebahagiaan terbesar adalah doa kedua orang tua. Berusahalah mendapatkan doa itu dengan berbakti kepada mereka berdua. Agar doa mereka menjadi benteng yang kuat, yang menjagamu dari semua hal yang tidak kamu sukai”

(Aidh Al-Qarni)

“Mudah bagi kita mencari teman untuk berbagi tawa dan canda, namun begitu sulit bagi kita mencari teman untuk berbagi duka dan airmata”

(Myself)

“Barang siapa yang hari ini sama dengan hari kemarin, maka ia dalam kerugian”

(Al Hadis)

Kupersembahkan kepada:

Ayah dan Ibu Tercinta

Alhamdulillah

INTI SARI

Pemasaran relasional merupakan salah satu strategi pemasaran yang fokus dalam menjaga hubungan baik, dengan pelanggan, perantara dan distributor. Faktanya strategi ini merupakan salah satu strategi alternatif yang sangat berguna. Strategi ini digunakan dengan maksud untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sesuai dengan prinsip dari pemasaran relasional yang menekankan pada menarik dan memelihara hubungan jangka panjang. Penelitian ini mencoba mempelajari pengaruh pemasaran relasional yang meliputi dimensi pertalian, empati, timbal balik dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Sampel terdiri dari 58 nasabah BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non random sampling* dengan *metode accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel pertalian terhadap kepuasan nasabah. Tetapi, variabel empati, timbal balik dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa secara simultan variabel pertalian, empati, timbal balik dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Pemasaran relasional, pertalian, empati, timbal balik, kepercayaan

ABSTRACT

Relationship marketing is one of marketing strategies which focuses on keeping good relationship with customers, suppliers and distributors. This strategy is, in fact, an alternative of the available strategies. This strategy is used in the purpose of increasing the customers satisfaction, due to the principles of relationship marketing in which it emphasizes the maintenance and attractive of the long term relationship. This research attempts to study the influence of bonding, empathy, reciprocity and trust which all are the form of relationship marketing toward the customers satisfaction. The sample consists of 58 customers of BRI Syari'ah in Yogyakarta. The taking of sample using non random sampling with accidental sampling method. The individual result shows that there is a positive and significant influence from bonding toward the customers satisfaction. However, the empathy, reciprocity and trust do not have any influence toward the customers satisfaction. And the result also shows that there is a simultaneous influence from bonding, empathy, reciprocity and trust toward the customers satisfaction.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr,Wb.

Alhamdulillah, syukur atas nikmat dan karunia yang dilimpahkan oleh Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syari'ah Cabang Yogyakarta**".

Penulis ingin menyampaikan bahwa suatu karya baik kecil maupun besar, jika berasal dari pikiran dan keringat sendiri maka batin akan merasa puas. Kekurangan adalah salah satu cara terbaik untuk belajar memperbaiki diri dan juga merupakan pengalaman istimewa bagi peningkatan kualitas diri.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dalam penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Khoiruddin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2. Bapak Michael Anwar, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi

3. Ibu Sri Handari, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini
4. Bapak Drs. H. Susanto, M.S, selaku dosen Pembimbing Akademik
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan wawasan dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
6. Bapak dan Ibuku yang telah memberikan kasih sayang, semangat dan semua yang berbentuk materi, serta tak henti-hentinya mendoakan penulis
7. Pimpinan dan seluruh staf BRI Syari'ah Cabang Yogyakarta yang telah berkenan memberikan ijin penelitian dan berbagai data yang diperlukan dalam penelitian ini
8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi jawaban kuesioner yang diajukan oleh penulis
9. Teman-temanku dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga karya ini berguna bagi semua pihak.

Wassalamu'alaiikum Wr, Wb.

Yogyakarta, Agustus 2007

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Allah SWT, Sang Pelindungku.....terima kasih Engkau selalu ada untukku dan selalu menjagaku dalam suka maupun duka. Aku bangga menjadi hamba-Mu.....

Nabi Muhammad SAW.....shalawat serta salam hanya untukmu. Engkau adalah inspirasiiku. Terima kasih atas segala sabda dan segala ajaranmu yang sungguh mulia hingga kini.....

Bapak.....terima kasih atas segala kebaikan dan pengorbananmu untukku selama ini. Maafkan aku jika selalu membuatmu bersedih dan kecewa. Semoga kelak aku bisa berguna bagi keluarga kita.....

Ibu.....engkau selalu sabar menanggapi segala keluh kesahku, dan segala regekan nanjaku. Maafkan aku jika pernah membuatmu menangis. Terima kasih Ibu.....

Sahabat-sahabat terbaikku.....akhirnya aku lulus, akhirnya aku bisa menyusul kalian meski lama he...dan akhirnya bisa mengucapkan *welcome to d club yow...the real life...Thanks for our beautiful memories girls*. Kapan kita kumpul-kumpul dan nginep bareng lagi, I miss you all...Insha Allah, I'll never forget you all girls.....

☺ Mega (Banjarmasin).....teman pertamaku sewaktu aku menginjakkan kakiku di Jogja. Meskipun sekarang kita jauh, thanks for everything girl.....

☺ Heni (N_crut).....*keep fighting 'till the end, don't give up girl*. Sesungguhnya aku kagum dengan segala kemandirian dan pemikiranmu selama ini. *I wish I could be like you...SEMANGAT...SEMANGAT.....*

☺ Lita (Denok).....lanjutkan apa yang menjadi pilihan hatimu. Makasih ya dah minjemin aku komputermu dan minjemin kamarmu untuk aku bermimpi (si kapal pecah) hehe...sih melakukan "serangan fajar" ra? hahaaa.....

☺ Wati (si Kalem).....sikap tenanan yo prakteke, jaga staminamu Makasih dah minjemin aku komputermu dan kamarmu untuk aku nginep dan bermimpi, goodluck.....

☺ Arum (mBok dHe).....sikap tenanan prakteke, jaga staminamu yo. Jangan lelah untuk mencari cinta sejatimu yo hehe...goodluck for your future.....

☺ Mb U_c.....kerja yang rajin lho. It nice to know you.....

☺ Nancy (cici).....It nice to know you. Salam buat papi dan adikmu Anne.....

☺ Septi.....teman seperjuanganku dikampus. Rasah galak-galak to Sep yen ngandani hehee...Thanks for everything that you gave to me.....

Adek-adekku yang lucu dan ngegemesin hehe.....makasih dah membuat hari-hariku penuh tawa dan canda, you are so meant to me hahaaa.....

☺ Nduk Ning ato Widya (si imut) hehe.....ayo belajar yang rajin, jadi orang harus murah senyum dan jangan terlalu cuek ya. Lucu deh kamu hahaaa.....

☺ Ria (si Cuek).....belajar yang rajin, tapi jangan terlalu cuek terus ya. Aku suka ngobrol ma kamu, soalnya kita nyambung terus plus rame, he...Jangan lupain aku dan kebersamaan kita ya.....

Dik Marni dan dik Meta di Fui.com.....makasih atas bantuannya, maaf ya kalo aku selalu nyusahin kalian selama ini. Laris ya toko dan rentalnya.....

Teman baruku, Agus.....iihh...lucu banget sih kamu orangnya hahaa...padahal satu kampung, satu kampus beberapa tahun kok lagi kenal saiki, wisuda bareng yukk.....

Anak-anak KHARISMA dirumah (cah-cah Klaten).....yang sudah bersedia berbagi waktu denganku, menjadi teman penghiburku di saat aku kesepian/bosan dirumah alah2 heheeee.....

Jogja.....kota yang memberikan berjuta kenangan dalam bagian hidupku. Aku tidak akan pernah bosan untuk selalu datang lagi dan lagi.....

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Pengertian Demokrasi.....	6

2. <i>Relationship Marketing</i>	11
3. Jasa (<i>Service</i>).....	20
4. Kepuasan Pelanggan.....	23
5. Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	28
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
C. Hipotesis.....	32
D. Model Penelitian.....	32
BAB III METODA PENELITIAN	33
A. Obyek Penelitian.....	33
B. Populasi dan Tehnik Sampling.....	33
C. Data dan Tehnik Pengumpulan Data.....	34
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
E. Uji Kualitas Instrumen.....	37
F. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian.....	39
1. Sejarah Berdirinya BRI Syari'ah Cabang Yogyakarta.....	39
2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	41
3. Jenis Produk Yang Di Kembangkan.....	41
4. Struktur Organisasi BRI Syari'ah Cabang Yogyakarta.....	45
5. <i>Job Description</i> BRI Syari'ah Cabang Yogyakarta.....	46
B. Analisis Deskriptif.....	50
C. Uji Kualitas Instrumen.....	51

D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	54
E. Pembahasan.....	58
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN....	62
A. Simpulan.....	62
B. Keterbatasan Penelitian.....	63
C. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR TABEL

4.1. Karakteristik Responden.....	51
4.2. Hasil Uji Validitas.....	52
4.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	53
4.4. Hasil Regresi Linear Berganda.....	54

2.1. Model Penelitian..... 32

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Ijin Penelitian.....	68
Lampiran 2	Kuesioner.....	69
Lampiran 3	Tabulasi Jawaban Responden.....	72
Lampiran 4	Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	73
Lampiran 5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	74
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Pertalian (<i>Bonding</i>).....	75
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Empati (<i>Empathy</i>).....	76
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Timbal Balik (<i>Reciprocity</i>).....	77
Lampiran 9	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	78
Lampiran 10	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>).....	79