

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) MITRA  
AMAL MULIA YOGYAKARTA**



**FENNY UMIATI HUSYEN**

**NIM : 20070730022**

**PROGRAM STUDI EKONOMI DAN PERBANKAN ISLAM  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2011**

## NOTA DINAS

Lampiran : 4 eks Skripsi Yogyakarta, 24 Juni 2011  
Hal : Persetujuan Kepada yth.  
Dekan Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammdiyah Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah merima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Fenny Umiati Husyen  
NPM : 20070730022  
Judul : “Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Amal Mulia Yogyakarta.”

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana Fakultas Agama Islam Jurusan Ekonomi Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Besama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut kepada Fakultas, dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Pembimbing

**Dr. Siti Dyah Handayani, S.E, M.M.**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul

### **PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) MITRA AMAL MULIA YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswi : Fenny Umiati Husyen

NPM : 20070730022

Telah dimunaqasahkan di depan Sidang Munaqasah Jurusan Muamalat  
Kosentrasi Ekonomi Perbankan Islam (Syariah) pada tanggal 5 Juli 2011 dan telah  
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

#### **Dewan Sidang Munaqasah**

Ketua Sidang : Miftakhul Khasanah, S. TP., MSI. ( ..... )

Pembimbing : Dr. Siti Dyah Handayani, S.E, MM. ( ..... )

Penguji : Dr. H. Nawari Ismail, M. Ag. ( ..... )

Yogyakarta, 5 Juli 2011  
Fakultas Agama Islam  
Jurusan Ekonomi Perbankan Islam (Muamalat)  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dekan,

Muh. Samsudin, S. Ag. M. Pd

NIP : 113024

## PERSEMBAHAN



*Alhamdulillah Rabbil 'Alamin.*

*Segala puji dan syukur kupanjatkan  
bagi Allah SWT atas Rahmat, Nikmat dan Petunjuk-Nya  
sehingga karya ini dapat terselesaikan.*

*Skripsi ini ku persembahkan untuk:*

- 1. Kedua orangtua ku tercinta (Mamin Hoesyani, Bsc dan Sri Dwi Astuti) yang telah memberikan kasih sayang, perhatiannya, dukungannya dan terimakasih atas segala doa yang selalu dipanjatkan dengan tulus dan ikhlas hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.*
- 2. Kakak-kakakku tercinta, Lugina Eka Sari, S.F., Aldi Garibaldi, S. Susanti Putri, S.E., Silvy Alwisnar A.md., Atep Bin Anirohani dan Fransiscus Dedy Riandono, S.F., serta keponakanku tercinta Elmelrillia Aira Viddini Nabila, Nur Farika Okalina Garibaldi, Muhammad Rangga Ararya Anata yang telah memberikan kasih sayang, dukungan serta doanya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.*
- 3. Sahabat-Sahabat ku tercinta, Alfie Rizkita Putri, Yuli Hany Susilowati, Karina Lolo Berutu, Iftitah Rully Hope, Anindiya Puspita, Aditya Nugraha dan Fandi Ahmad yang telah memberikan masukan dan semangat serta saling mendukung dalam proses penyelesaian skripsi ini.*
- 4. Teman-teman ku tersayang: Revita, Nia, Luxmi, Tafsilia, Flora, Cicik, Ana, Nana, Astuti, Rohana, Amel, Khusna, Puput, Ria, Ayu, Rea, Katra, Reza, Eko, Giri, Adli, Zen, Irwan, Andi, Devi, Jun, Agan, Mohan, Danu, Faisol, dan Rais. Terimakasih atas*

*dukungan, dan kenangan terindah semasa kuliah. Terutama untuk sahabat ku tercinta almh. Wahyu Ratnaningsih, selamat jalan kawan, terimakasih atas kenangan terindah semasa kuliah yang telah kita lewati bersama.*

- 5. Seseorang yang selalu setia memberikan kasih sayangnya, memberikan motivasi, serta doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.*

## MOTTO



*“Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang, Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam, Maha Pemurah lagi Maha Penyayang, Yang menguasai hari pembalasan,  
Hanya kepada Engkau-lah kami menyembah dan hanya kepada Engkau-lah kami memohon pertolongan”  
(QS. Al-Fatihah : 1-5)*

*“Lakukan sesuatu karena kesalahan terbesar ketika kita hanya diam dan tidak berbuat apa-apa”  
(Penyusun)*

*“Kegagalan bukan akhir dari segalanya, kegagalan merupakan awal dari sebuah keberhasilan”  
(Penyusun)*

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penyusun panjatkan kepada Allah SWT yang sentiasa memberikan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Amal Mulia Yogyakarta” Penyusunan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program studi Ekonomi dan Perbankan Islam pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Akhirnya setelah melalui perjalanan yang panjang, penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, penyusun telah melibatkan banyak pihak yang dengan sepenuh hati memberikan bantuan yang dibutuhkan. Oleh karena itu, penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Dasron Hamid, M. Sc, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Muhammad Samsudin, S.Ag. M.Pd, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Muhammad Mas’udi, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Perbankan Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, S.E, M.M., selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya ditengah-tengah kesibukan yang begitu padat untuk memberikan bimbingan dan pengarahan hingga selesainya tugas akhir ini.
5. Bapak H. Noor Aslan, S.E, M.M., selaku direktur utama BPRS Mitra Amal Mulia Yogyakarta, bapak Sehat Santoso, S.E., selaku direktur BPRS Mitra Amal Mulia Yogyakarta yang telah mengizinkan penyusun melaksanakan penelitian, serta segenap staf dan karyawan serta keluarga besar BPRS Mitra Amal Mulia Yogyakarta yang telah membantu penyusun dalam penelitian.
6. Dua rekan pembahas dalam seminar proposal skripsi: Katra Pramadeka dan Alfie Rizkita Putri.

Semoga amal baik dan segala bantuan yang telah diberikan kepada penyusun mendapatkan balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 24 Juni 2011

Penyusun

(Fenny Umiati Husyen)



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>xvii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	7

2. <i>Relationship Marketing Inputs</i> .....	11
a. <i>Understanding Customer Expectation</i> .....	11
b. <i>Building Service Partnership</i> .....	12
c. <i>Total Quality Management</i> .....	12
d. <i>Empowering Employees</i> .....	14
3. <i>Relationship Marketing Outcomes</i> .....	15
a. <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
b. <i>Customer Loyalty</i> .....	17
c. <i>Quality of Product</i> .....	18
d. <i>Increased Profitability</i> .....	19
B. Penelitian Terdahulu .....	20
C. Hipotesis .....	24
D. Model Penelitian .....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi dan Subyek Penelitian .....	29
B. Teknik Pengumpulan Data .....	30
C. Definisi Operasi Variabel Penelitian .....	30
1. Variabel <i>Understanding Customer Expectation</i> .....	30
2. Variabel <i>Building Service Partnership</i> .....	31
3. Variabel <i>Total Quality Management</i> .....	31
4. Variabel <i>Empowering Employees</i> .....	32
5. Variabel Loyalitas Nasabah .....	32

D. Uji Kualitas Data.....	34
1. Pengujian Validitas.....	34
2. Pengujian Reliabilitas .....	34
E. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	35
1. Analisis Deskriptif.....	35
2. Analisis Inferensial.....	35
3. Uji T.....	36
4. Uji F.....	37
5. Koefisien Determinasi .....	37

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Sejarah .....	39
1. Sejarah Berdirinya.....	39
2. Letak Geografis.....	40
B. Nilai Ideal .....	41
1. Motto, Visi dan Misi .....	41
2. Budaya Perusahaan .....	41
3. Prinsip Operasional .....	42
4. Produk dan Layanan.....	42
5. Hubungan Kerjasama.....	48
6. Prosedur .....	48
C. Keorganisasian.....	50
1. Struktur Organisasi .....	50
2. Pimpinan dan Staff.....	51

D. Analisis Deskriptif Karakteristik dan Jawaban Responden.....	52
E. Uji Kualitas Data .....	63
F. Pengujian Hipotesis .....	65
G. Hasil Wawancara.....	67
H. Pembahasan .....	72
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN</b>	
A. SIMPULAN.....	77
B. KETERBATASAN PENELITIAN .....	77
C. SARAN.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xviii</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Tingkat Usia .....	53
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.4 Nilai Rata-Rata Jawaban Kuesioner Terhadap Variabel <i>Understanding Customer Expectation</i> .....	55
Tabel 4.5 Nilai Rata-Rata Jawaban Kuesioner Terhadap Variabel <i>Building Service Partnership</i> .....	56
Tabel 4.6 Nilai Rata-Rata Jawaban Kuesioner Terhadap Variabel <i>Total Quality Management</i> .....	58
Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata Jawaban Kuesioner Terhadap Variabel <i>Empowering Employees</i> .....	59
Tabel 4.8 Nilai Rata-Rata Jawaban Kuesioner Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah .....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.11 Hasil Regresi Berganda.....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	50

## ABSTRAK

### **PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) MITRA AMAL MULIA YOGYAKARTA**

**FENNY UMIATLHUSYEN**  
**20070730022**

Penelitian ini memfokuskan pada *relationship marketing* di perusahaan perbankan. Perbankan merupakan salah satu penyedia jasa yang menerapkan adanya keramahmatan dalam hubungan dengan konsumen. Adanya hubungan yang baik dengan nasabah diharapkan dapat membangun dan menjaga loyalitas nasabah. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh dari *relationship marketing* yang terdiri dari *understanding customer expectation*, *building service partnership*, *total quality management* dan *empowering employees* terhadap loyalitas nasabah.

Subyek penelitian ini adalah nasabah BPRS Mitra Amal Mulia Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan tehnik *convenience sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan jumlah responden 84. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh *understanding customer expectation*, *building service partnership*, *total quality management* dan *empowering employees* terhadap loyalitas nasabah.

Hasil secara parsial menunjukkan bahwa *understanding customer expectation*, *building service partnership*, *total quality management* dan *empowering employees* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Secara simultan *understanding customer expectation*, *building service partnership*, *total quality management* dan *empowering employees* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal menarik yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu bahwa sebuah bank yang relatif belum lama berdiri telah mampu menerapkan *relationship marketing* yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci: *relationship marketing*, *understanding customer expectation*, *building service partnership*, *total quality management*, *empowering employees*, loyalitas nasabah.

## **ABSTRACT**

### **INFLUENCE RELATIONSHIP MARKETING TOWARD CUSTOMER LOYALTY BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) MITRA AMAL MULIA YOGYAKARTA**

**FENNY UMIATI HUSYEN**

**20070730022**

This research focuses on relationship marketing in banking companies. Banking companies is one of the service provider that implements hospitality in relationship with the consumers. A good relationship with the customer is expected to be able to build and maintain customers loyalty. This research aims to study the influence of relationship marketing, which consists of understanding customer expectation, building service partnership, total quality management and empowering employees toward customers loyalty.

Subject of the research were customers of BPRS Mitra Amal Mulia Yogyakarta. Sampling technique using convenience techniques. The data used were the primary data and the number of respondents were 84. Hypothesis testing is performed by multiple regression analysis to determine the influence of understanding customer expectation, building service partnership, total quality management and empowering employees toward customer loyalty.

The results showed that partially, understanding customer expectation, building service partnership, total quality management and empowering employees were significantly impact customer loyalty. Simultaneously, understanding customer expectation, building service partnership, total quality management and empowering employees were significantly impact customer loyalty. Interesting thing that is obtained in this study, namely that a bank which is relatively not long standing has been able to implement relationship marketing that is a very influential towards the customers loyalty.

Keywords: relationship marketing, understanding customer expectation, building service partnership, total quality management, empowering employees, customer loyalty.



## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**”Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank  
Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Amal Mulia Yogyakarta”**

Adalah benar hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks skripsi level program S-1 Fakultas Agama Islam Jurusan Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Semua sumber data dan informasi yang diperoleh telah dinyatakan jelas dan benar apa adanya. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 Juni 2011

Yang membuat pernyataan

Fenny Umiati Husyen

NPM. 20070730022