

**ANALISIS PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH DI BPRS
BAROKAH DANA SEJAHTERA**



Skripsi

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) Strata Satu
pada Prodi Ekonomi & Perbankan Islam (Muamalat) Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Diar Adiksan Subekti
20110730112

FAKULTAS AGAMA ISLAM
PRODI MUAMALAT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2016

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Diar Adiksan Subekti**
NIM : 20110730112
Program Studi : Ekonomi dan Perbankan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH DI BPRS BAROKAH DANA SEJAHTERA**” ini 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, 04 Mei 2016

Diar Adiksan Subekti
20110730112

MOTTO

" Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap"

~QS. Al-Insyirah, 6-8~

Sukses bukanlah akhir dari segalanya, kegagalan bukanlah sesuatu yang fatal, namun keberanian untuk meneruskan kehidupan yang harus diperhatikan.

~Sir Winston Churchill~

Siapapun yang menempuh suatu jalan untuk mendapatkan ilmu, maka Allah akan memberikan kemudahan jalannya menuju syurga.

~H.R Muslim~

Our Passion is our strength

~Keinginan kita adalah kekuatan kita~

Making mistakes is a lot better than not doing anything

~Membuat kesalahan jauh lebih baik daripada tidak berbuat apapun~

~Billie Joe Armstrong~

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin... Alhamdulillahirabbil'alamin...
Alhamdulillahirabbil'alamin...

Segala Puji dan Syukurku bagi Allah SWT Atas Rahmat dan Petunjuk-Nya sehingga kini aku telah selesai dalam studi sarjana, sepercik keberhasilan yang Engkau hadiahkan padaku ya Rabb. Dengan kerendahan hati yang tulus, bersama keridhaan-Mu ya Rabb,

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk belahan jiwaku yang termulia, yang tanpamu aku bukanlah siapa-siapa Ibundaku (Juwariyah), yang selalu menyayangiku, membimbing dan mengarahkanku serta perjuangan yang begitu besar dan tetesan air mata disetiap doa malam mu sehingga seabait doa telah merangkul diriku menuju hari depan yang cerah.

Serta orang yang selalu memberikan kasih sayang yang melimpah, dan yang selalu memberikan dukungan materi maupun non materi serta meberikan pengertian yang luar biasa ayahandaku (Subekti purwanto) yang telah memberikan segalanya untukku.

Kepada kakak dan adikku tersayang (Ayuk Rahadhian Subekti dan Desiana Putri Subekti) serta keluarga besarku, terimakasih tiada tara atas segala *support* yang telah diberikan selama ini.

Terakhir, untuk seseorang yang sangat special, Sri Marpungah yang sudah SE.I duluan yang selama ini selalu menjadi semangatku. Terimakasih atas perhatian yang engkau curahkan selalu. Doa-doa mu selama ini. Pengertianmu. Love you so much cet ☺

Ku persembahkan skripsi ini untuk kalian

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
ABSTRAK	xix
<i>ABSTRACT</i>	xx
TRANSLITERASI.....	xxi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Batasan Masalah	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka	10
B. Kerangka Teori	12
1. Pemasaran	12
2. Pemasaran Hubungan.....	13
3. Pelayanan	14
a. Total Quality Service	17
4. Pelanggan/Nasabah	19
5. Customer Relationship Management	21
a. Variabel CRM	23
b. Tujuan	28
c. Manfaat	29
d. Tahapan Utama dari Rantai Nilai CRM.....	30
e. Cara Kerja CRM	32
f. Program CRM.....	34
6. Kepuasan Nasabah	38
7. Loyalitas Nasabah	42
C. Penurunan Hipotesis	45
D. Model Penelitian	50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian	51
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	51
C. Sumber dan Jenis Data	52

D. Populasi dan Sampel	52
E. Teknik Pengumpula Data.....	53
F. Variabel Penelitian.....	54
G. Analisis Data.....	55
H. <i>Moderated Regression Analysis</i>	57
I. Pengujian Instrumen	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
1. Sejarah.....	60
2. Profil BPRS Barokah Dana Sejahtera.....	61
3. Visi dan Misi.....	61
4. Produk BPRS Barokah Dana Sejahtera	62
a. Produk Pembiayaan	62
b. Produk Penghimpun Dana	64
B. Analisa Hasil Penelitian	67
1. Karakteristik Responden	67
a. Jenis Kelamin Responden	67
b. Usia Responden	68
c. Pendidikan Terakhir Responden	69
d. Pendapatan Responden	70
e. Pekerjaan Responden	71
f. Dari mana Responden mengetahui BPRS BDS.....	72
g. Lama Responden menjadi Nasabah BPRS BDS.....	73

2. Kategorisasi Variabel Penelitian.....	73
a. Ekuitas Nilai (X1).....	74
b. Ekuitas Merk (X2).....	75
c. Ekuitas Relasional (X3).....	75
d. Kepuasan Nasabah (X4).....	76
e. Loyalitas Nasabah (Y).....	76
C. Uji Instrumen Penelitian.....	77
1. Uji Validitas Instrumen.....	77
a. Ekuitas Nilai (X1).....	78
b. Ekuitas Merk (X2).....	79
c. Ekuitas Relasional (X3).....	80
d. Kepuasan Nasabah (X4).....	81
e. Loyalitas Nasabah (Y).....	82
2. Reliabilitas.....	83
D. Analisis Data.....	84
1. Uji Normalitas.....	84
2. Uji Multikolinearitas.....	85
3. Uji Autokorelasi.....	86
4. Uji Heterokedastisitas.....	86
5. Analisis Linear Berganda.....	88
E. Pengujian Hipotesis.....	89
F. Hasil Wawancara.....	94
G. Pembahasan.....	97

1. Ekuitas Nilai.....	97
2. Ekuitas Merk.....	98
3. Ekuitas Relasional.....	99
4. Ekuitas Nilai dengan Variabel Moderating.....	100
5. Ekuitas Merk dengan Variabel Moderating.....	101
6. Ekuitas Relasional dengan Variabel Moderating.....	102

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	104
B. Saran	108
C. Keterbatasan Penelitian.....	109

DAFTAR PUSTAKA	110
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Dimensi Pemasaran Hubungan	13
Table 2.2 Continuity Marketing, Ono to One Marketing.....	35
Table 2.3 Perbedaan one to one marketing dengan traditional marketing	36
Table 3.1 Skala Likert	58
Table 4.1 Jenis-jenis Deposito	66
Table 4.2 Jenis Kelamin Responden	67
Table 4.3 Usia Responden.....	68
Table 4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	69
Table 4.5 Pendapatan Responden.....	70
Table 4.6 Jenis Pekerjaan Responden	71
Table 4.7 Dari Mana Responden Tau Tentang BPRS	72
Table 4.8 Lama Responden Menjadi Nasabah.....	73
Tabel 4.9 Kategorisasi Variabel.....	74
Tabel 4.10 Kategorisasi Variabel Ekuitas Nilai.....	74
Tabel 4.11 Kategorisasi Variabel Ekuitas Merk	75
Tabel 4.12 Kategorisasi Variabel Ekuitas Relasional.....	75
Tabel 4.13 Kategorisasi Variabel Kepuasan Nasabah	76
Tabel 4.14 Kategorisasi Variabel Loyalitas Nasabah.....	76
Tabel 4.15 Validitas Variabel Ekuitas Nilai.....	78
Tabel 4.16 Validitas Variabel Ekuitas Merk	79
Tabel 4.17 Validitas Variabel Ekuitas Relasional.....	80

Tabel 4.18 Validitas Variabel Kepuasan Nasabah	81
Tabel 4.19 Validitas Variabel Loyalitas Nasabah	82
Tabel 4.20 Reliabilitas Variabel	83
Tabel 4.21 Uji Normalitas	84
Tabel 4.22 Uji Multikolinearitas	85
Tabel 4.23 Uji Heteroskedastisitas	86
Tabel 4.24 Uji Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4.25 Pengujian Hipotesis 1 dan 4.....	89
Tabel 4.26 Pengujian Hipotesis 2 dan 5	91
Tabel 4.27 Pengujian Hipotesis 3 dan 6.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Kepuasan Pelanggan	41
Gambar 2.2 Model Penelitian	50
Gambar 2.3 Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	87

