

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN JASA  
DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH  
MADINA MANDIRI SEJAHTERA  
YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

Oleh :

**DYAH RAMAYANTI SARWONO**

**NPM : 20050730005**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
JURUSAN EKONOMI DAN PERBANKAN ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2009**

## NOTA DINAS

Lampiran : 2 eks. Skripsi  
Hal : Persetujuan  
Yogyakarta, 4 Mei 2009  
Kepada yth.  
Dekan Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama : Dyah Ramayanti Sarwono  
NPM : 20050730005  
Judul : "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta"

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat sarjana pada Fakultas Agama Islam Jurusan Ekonomi dan Perbankan Islam (Syariah) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

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

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing

  
Misbahul Anwar, SE., M.Si.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul


**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN JASA  
DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH  
MADINA MANDIRI SEJAHTERA  
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Dyah Ramayanti Sarwono  
NPM : 20050730005

*telah dimunaqasyahkan di depan Sidang Munaqasyah Jurusan Ekonomi dan Perbankan Islam (Syariah) pada tanggal 11 Mei 2009 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.*

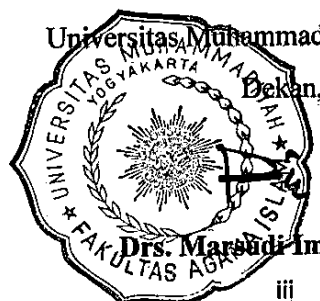
### Sidang Dewan Munaqasyah

Ketua Sidang : Ghoffar Ismail, MA .....  
Pembimbing : Misbahul Anwar, SE., M.Si .....  
Penguji : Homaidi Hamid, S.Ag., M.Ag .....  


Yogyakarta, Mei 2009

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Drs. Marsudi Iman, M. Ag

*"Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan pernah gagal,  
tetapi bangkit kembali setiap kita jatuh"*  
(Confucius)

*"Di dalam satu kesulitan terdapat banyak kemudahan"*  
(G. G. Alinsky: 6)

MOTTO

PERSEMBAHAN

*Kepada yang terhita, Ibu Gemayanggih dan Bapak Darwono,  
atas doa restu, atas kasih sayangnya yang tak terhingga,*

*atas segala perjuangan dan pengorbanan...*

*Kepada saudaraku, Gemas Budi Darwono dan Trikas Trian  
Darwono, serta Nyroho Widarto atas segala arahan serta  
dukungan...*

*Untuk Yusuf & Yubi, atas keceriaan, dan semangat,  
Bismillah, Kita berjuang bersama...*

3. Bapak Homaidi Hamid, S.Ag M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Perbankan Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Misbahul Anwar, SE, M.Si selaku dosen pembimbing atas bimbingan dan arahnya kepada penulis dalam pelaksanaan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ghoffar Ismail, MA, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Ibu Resky Noviana Effendi, SE selaku Direktur BPRS Madina Mandiri Sejahtera yang telah mengizinkan penulis untuk mengadakan penelitian.
7. Seluruh staf/ karyawan BPRS Madina Mandiri Sejahtera yang telah banyak membantu dalam proses pelaksanaan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
9. Segenap staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang dengan sabar dan ikhlas membantu dalam proses pelaksanaan skripsi ini.
10. Teman-teman Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Khususnya di Fakultas Agama Islam yang selalu memberikan dorongan dan semangat.
11. IMMawan dan IMMawati Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
12. Keluarga besar INSPECT dan PT. Inspect Multi Konsultan atas bantuan dan arahnya.

14. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu demi satu.

Penulis menyadari adanya keterbatasan dalam pembuatan dan penulisan skripsi ini. Untuk itu, penulis membuka diri untuk menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi terciptanya hasil yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis khususnya.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6

### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

A. Landasan Teori.....	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Pemasaran Dalam Perspektif Syariah.....	8
3. Perilaku Konsumen.....	16
4. Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Barang Dan Jasa.....	23
5. Pengertian Jasa .....	31
6. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) .....	32
B. Penelitian Terdahulu .....	35



### **BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Obyek/ subyek penelitian.....	41
B. Populasi Dan Sampel.....	41
C. Kriteria Sampel/responden .....	41
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	42
E. Jenis Data .....	42
F. Teknik Pengumpulan Data .....	42
G. Penegasan Konsep Dan Variabel Penelitian .....	43
H. Uji Instrumen Penelitian .....	46
I. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	47

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

A. Gambaran Umum BPRS Madin amnadiri Sejahtera .....	51
B. Karakteristik Responden .....	64
C. Distribusi Responden .....	65
D. Uji Instrumen penelitian .....	68
E. Hasil Penelitian .....	75
F. Pembahasan .....	83

### **BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90
C. Keterbatasan Penelitian .....	91

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>93</b>
-----------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel No.	Hal
4.1. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin .....	60
4.2. Distribusi Responden Menurut Umur .....	61
4.3. Distribusi Responden Menurut Tingkat Pendidikan .....	61
4.4. Distribusi Responden Menurut Pekerjaan .....	62
4.5. Distribusi Responden Menurut Tingkat Penghasilan .....	62
4.6. Hasil Pengujian Validitas Variabel Produk .....	64
4.7. Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga .....	65
4.8. Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi .....	65
4.9. Hasil Pengujian Validitas Variabel Lokasi .....	66
4.10. Hasil Pengujian Validitas Variabel Karyawan .....	66
4.11. Hasil Pengujian Validitas Variabel Proses .....	67
4.12. Hasil Pengujian Validitas Variabel Pelayanan .....	67
4.13. Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Nasabah .....	68
4.14. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen .....	69
4.15. Hasil Pengujian Anova (Uji F) .....	70
4.16. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda .....	70

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel bauran pemasaran yang terdiri dari variabel produk, harga, promosi, lokasi, karyawan, proses, serta pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera serta mengidentifikasi variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera.

Penelitian dilakukan di BPRS Madina Mandiri Sejahtera kepada para nasabahnya dengan menggunakan kuesioner sebanyak 100 sampel. Hasil analisis terhadap aspek validitas dan reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa instrumen dalam penelitian ini berada dalam taraf valid (signifikan pada taraf 0,01 ) dan reliabel (di atas 0,60). Sedangkan hasil penelitian menunjukkan bahwa : pertama, variabel produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien 0, 110 dengan Uji t sebesar 1, 209 dengan signifikansi sebesar 0, 230. Kedua, variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien -0,140 dengan Uji t sebesar -1, 652 dengan signifikansi sebesar 0, 102. Ketiga, variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien 0, 254 dengan Uji t sebesar 2,852 dengan signifikansi sebesar 0, 005. Keempat, variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien 0, 169 dengan Uji t sebesar 2, 024 dengan signifikansi sebesar 0, 046. Kelima, variabel karyawan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien 0, 133 dengan Uji t sebesar 1, 257 dengan signifikansi sebesar 0, 212. Keenam, variabel proses berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien 0, 018 dengan Uji t sebesar 0, 203 dengan signifikansi sebesar 0, 840. Ketujuh, variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien 0, 358 dengan Uji t sebesar 3, 414 dengan signifikansi sebesar 0, 001. Kedelapan, variabel produk, harga, promosi, lokasi, karyawan, proses, serta pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai F sebesar 13,493 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan menganalisis data di atas maka dapat diidentifikasi bahwa variabel