

**PENGARUH IMPLEMENTASI RELATIONSHIP MARKETING
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH
BANK SYARIAH "X" YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Oleh:

NUR WAHIDATUL MUFLIAH

NPM: 20060730004

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
JURUSAN EKONOMI PERBANKAN ISLAM (SYARIAH)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2009

**PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH
BANK SYARIAH "X" YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) Strata Satu
Pada Fakultas Agama Islam
Jurusan Ekonomi Perbankan Islam (Syariah)
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Oleh:

Nur Wahidatul Muflihah

NPM : 2006 073 0004

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
JURUSAN EKONOMI PERBANKAN ISLAM (SYARIAH)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

NOTA DINAS

Lampiran : 4 eks. Skripsi
Hal : Persetujuan

Yogyakarta, 06 Mei 2009
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Nur Wahidatul Muflihah
NPM : 2006 073 0004
Judul : "Pengaruh Implementasi *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah "X" Yogyakarta".

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

Bersama ini saya sampaikan skripsi tersebut kepada Fakultas, dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing,



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.

Motto

Betapapun Anda menyukai permainan, jangan bermain-main dengan hidup Anda, karena kehidupan adalah permainan yang serius.

- Mario Teguh -

Mimpi adalah kunci untuk kita menaklukkan dunia
Berlarilah tanpa lelah sampai engkau meraihnya...

- Nidji -

Aja Kagetan, aja Gumunan, aja Dumeh

- H.M. Soeharto -

Lembar Persembahan

Syukurku kehadiran Allah SWT
Yang tak putus memberi nikmatNya pada hamba

Untuk Ayah Ibu
yang tak pernah putus berdoa
yang selalu mendukung langkah ananda
cinta kalian tak kan tergantikan

Adikku, Afin
Atas friksi-friksi kecil kita yang membuat hidup lebih hidup

Aan, Ayos, Nupi, Uclum, K' Ucik, Nina
Untuk menjadi teman sehari-hari yang tidak banyak protes walaupun rumah
selalu berantakan karena aku

Ariati, Tata, Arin, Runi, Mami Getta, Mbak Amah, Mama Oca, Bu Hang
Sahabat-sahabat terkasih yang selalu siap menerima curhat
Teman jalan-jalan yang menyenangkan

Keluarga Bapak Khirudin Bashori dan Ibu Nilawati Isdwiantari
Alim, Runi, Aad
Atas apresiasi, inspirasi, dukungan

Teman-teman IPM
Kakak-kakak NA
Teman-teman sekolah
Teman-teman kuliah
Semua yang membantu
Yang tak dapat kusebut satu per satu
Percayalah kalian ada di hatiku

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiin. Puji syukur kepada Allah SWT yang tak putus melimpahkan nikmat dan mengijinkan selesainya skripsi dengan judul "Pengaruh Implementasi Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah "X" Yogyakarta. Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik atas dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Drs. Marsudi Iman, M.Ag. selaku dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Homaidi Hamid, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Perbankan Islam yang telah memberikan kesempatan dan saran dalam melaksanakan penelitian.
3. Misbahul Anwar, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang senantiasa membimbing dan mengarahkan sampai selesainya skripsi ini.
4. Pimpinan Bank Syariah "X" Yogyakarta yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan pengambilan data.
5. Semua pihak yang telah membantu selesainya skripsi ini. Semoga amal perbuatan kita semua diterima sebagai amalan di mata Allah SWT. amien

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Tinjauan Pustaka	7

G. Kerangka Teoritik	10
H. Hipotesis	29
I. Metode Penelitian	30
1. Subjek dan Objek	30
2. Populasi dan Sampel	30
3. Teknik Pengambilan Sampel	31
4. Jenis Data	32
5. Definisi Operasional Variabel	32
6. Skala Pengukuran	37
7. Uji Validitas	37
8. Uji Reliabilitas	37
9. Uji Hipotesis dan Analisis Data	38
10. Uji Statistik	39

BAB II : ANALISIS DATA

A. Hasil Penelitian	41
B. Data Karakteristik Responden	41
C. Uji Validitas	43
D. Uji Reliabilitas	44
E. Analisis Data dan Uji Hipotesis	47
F. Pembahasan	59

BAB III: KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	63
B. Saran	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.a. : Model Pengaruh <i>Relationship Marketing Inputs</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	18
Gambar 1.b. : Model Pengaruh <i>Relationship Marketing Inputs</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	22
Gambar 2. : Model <i>Relationship Marketing</i>	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 2. Umur Responden

Tabel 3. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4. Pekerjaan Responden

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda ($Y_1 = \text{Customer Satisfaction}$)

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Berganda ($Y_2 = \text{Customer Loyalty}$)