



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN (*CUSTOMER SERVICE*) TERHADAP
KEPUASAN NASABAH**
Studi Kasus Pada BMT Ikhlasul Amal Karangampel Indramayu

SKRIPSI

Diajukan Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.Sy)
Pada Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam (MEPI)
Fakultas Syariah



Oleh :

MUSLIMAH

58320141

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI
CIREBON
2013



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN (*CUSTOMER SERVICE*) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT IKHLASUL AMAL KARANGAMPEL KABUPATEN INDRAMAYU

MUSLIMAH
(muslimahi@rocketmail.com)

ABSTRAK

Masalah promosi dan pelayanan bukanlah hal yang rumit atau sulit tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang buruk karena sifatnya sangat sensitif, sistem promosi dan kualitas pelayanan perlu didukung oleh strategi promosi dan kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika yang sopan, sedangkan tujuan dari promosi dan kualitas pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan nasabah/konsumen, sehingga akan menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh antara strategi promosi secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BMT Ikhlasul Amal Karangampel Kabupaten Indramayu, untuk mengetahui adakah pengaruh antara kualitas pelayanan (*customer service*) secara parsial terhadap Kepuasan nasabah pada BMT Ikhlasul Amal Karangampel Kabupaten Indramayu serta untuk mengetahui adakah pengaruh secara simultan antara Strategi Promosi dan kualitas pelayanan (*customer service*) terhadap Kepuasan nasabah pada BMT Ikhlasul Amal Karangampel Kabupaten Indramayu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh dari penyebaran angket. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji transformasi, uji normalitas, uji korelasi, uji regresi linear berganda serta pengujian hipotesis dengan menggunakan uji T (uji parsial) dan uji F (uji simultan).

Berdasarkan hasil penelitan strategi promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah, hal ini dapat di buktikan pada hasil pengujian hipotesis variabel strategi promosi memiliki $t_{hitung} 11,323 > t_{tabel} 1,98$ dan variabel kualitas pelayanan memiliki $t_{hitung} 14,806 > t_{tabel} 1,98$, maka H_0 di tolak dan H_a di terima, kemudian variabel strategi promosi dan variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah dengan hasil $F_{hitung} 166,072 > F_{tabel} 3,10$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, dari uji determinasi di peroleh perhitungan sebesar 80 % di tentukan oleh strategi promosi dan kualitas pelayanan dan sisanya 20 % di jelaskan oleh variabel lain.

Kata Kunci : Strategi promosi, Kualitas Pelayanan (*Customer Service*) dan Kepuasan Nasabah



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan (Customer Service) Terhadap Kepuasan Nasabah”**, oleh **MUSLIMAH NIM 58320141**, telah diajukan dalam Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 23 April 2013.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy) pada Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 23 April 2013

Sidang Monaqosah

**Ketua,
Merangkap Anggota**

Sri Rokhlinasari, SE., M.Si
NIP. 19730806 199903 2 003

**Sekretaris,
Merangkap Anggota**

Dr. Aan Jaelani, M.Ag
NIP. 19750601 200501 1 008

Anggota,

Penguji I,

Diana Djuwita, MM
NIP. 19800314 200801 2 018

Penguji II,

Dewi Fatmasari, SE. M.Si
NIP. 19730107 200901 2 001



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim...

Assalamualaikum Wr. Wb

Allahu Akbar Allah Maha Besar. Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah SWT. Tuhan yang Maha Kasih dan Sayang. Atas kasih, sayang dan cinta-Nya yang senantiasa setia mengiringi aktivitasku selama ini. *Allahumma sholli 'ala sayyidina muhammad*, sholawat kuweselkan untuk beliau, salam kudengarkan kepadanya. Muhammad SAW sang pendobrak segala kebobrokan, sang pemecah bulan, sang revolusioner dan reformis sejati yang tak pantang rintang dan halangan. Sang penutup Nabi dan Rasul, untuk ahli baith, sahabat. Semoga kita termasuk orang yang cinta dan berdampingan bersama beliau. *Aamiin..*

Dalam kesempatan ini penulis telah menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan (*Customer Service*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT Ikhlasul Amal Kabupaten Indramayu”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Strata 1 di IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Dalam penulisan skripsi ini, penulis tak luput dari berbagai kesalahan, untuk itu penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyajian skripsi masih jauh dari sempurna. Keadaan ini semata-mata keterbatasan kemampuan yang ada pada diri penulis sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Adapun pihak-pihak yang telah membantu di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr.H.Maksum Mochtar, M.A, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Achmad Kholiq, M.Ag, Dekan Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Ibu Sri Rokhlinasari, M.Si, Ketua Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

4. Bapak Abdul Aziz, M. Ag Dosen pembimbing 1 atas bimbingan, nasehat dan motivasinya.
5. Bapak Drs. H.Endang Djunaeni, MM Dosen pembimbing II atas bimbingan, nasehat dan motivasinya.
6. Bapak Ruhimat sebagai ketua yayasan di BMT Ikhlasul Amal Karangampel Indramayu
7. Bapak smail sebagai Manajer BMT Ikhlasul Amal Karangampel Kabupaten Indramayu.
8. Seluruh karyawan BMT Ikhlasul Amal Karangampel Kabupaten Indramayu..
9. Seluruh Dosen, staf, dan karyawan yang telah memberikan bimbingan selama penulis menuntut Ilmu di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
10. Bapak dan Ibu yang telah mendidiku dengan sepenuh hati selama ini. Terimakasih, terimakasih, terimakasih.
11. Keluarga Besarku di Kedokan Bunder dan Karangampel Indramayu.
12. Teman-teman seperjuangan Syariah MEPI khususnya MEPI 1 dan R Sumia Herlina dan Fuji lestari yang amsih menemaniku hingga saat ini.
13. Seseorang yang Allah ciptakan untukku. Terimakasih doa dari jauhnya.
14. Untuk kota tercintaku “INDRAMAYU” dan mimpi-mimpiku.
15. Tidak lupa kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demikian yang dapat penulis sampaikan kurang lebihnya mohon maaf dan terima kasih. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk saya pribadi dan juga seluruh pembaca pada umumnya, dan menjadi pendorong bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah....

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Cirebon, 3 Maret 2013

Penulis



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS	v
PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTO	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat.....	6
E. Sistematika Penulis.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Promosi	8
1. Pengertian Promosi.....	10



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

2.	Macam-Macam Sarana Promosi yang Dapat Digunakan Oleh Perbankan	12
B.	Kualitas Pelayanan Pelanggan (<i>Customer Service</i>).....	14
1.	Kualitas.....	14
2.	Pengertian Pelayanan (<i>Customer Service</i>)	15
3.	Peran, Tugas dan Fungsi Kualitas Pelayanan (<i>Customer Service</i>).....	18
4.	Dasar-Dasar Pelayanan yang Diberikan Dalam Kualitas Pelayanan (<i>Customer Service</i>).....	21
5.	Syarat-Syarat Seorang <i>Customer Service</i>	24
C.	Kepuasan Nasabah.....	25
1.	Pengertian Kepuasan Nasabah	25
2.	Indikator-Indikator Kepuasan Nasabah.....	26
D.	<i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT)	27
1.	Pengertian <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	27
2.	Produk-Produk <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	29
E.	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	40
F.	Kerangka Pemikiran	43
G.	Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B.	Operasional Variabel Penelitian.....	48



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

C. Jenis Data.....	50
D. Sumber Data	51
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Populasi dan Sampel.....	52
G. Instrumen Penelitian	53
H. Teknik Analisis Data	59

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Objektif BMT Ikhlasul Amal Karangampel Indramayu.....	64
1. Sejarah Berdirinya BMT Ikhlasul Amal Karangampel Indramayu.....	64
2. Visi, Misi dan Tujuan Motto	65
3. Produk-Produk BMT Ikhlasul Amal	66
B. Hasil Penelitian.....	67
1. Gambaran Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan (<i>Customer Service</i>) Terhadap Kepuasan Nasabah	67
Deskriptif Variabel X_1	67
Deskriptif Variabel X_2	74
Deskriptif Variabel Y	80
2. Hasil Analisis Data Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan (<i>Customer Service</i>) Terhadap Kepuasan Nasabah	86



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Mentransformasi Data	86
2. Uji Normalitas	86
3. Uji Regresi Berganda	88
4. Korelasi	89
5. Koefisien Determinasi.....	91
6. Pengujian Hipotesis.....	92
a. Uji F.....	92
b. Uji T	93
3. Analisis Ekonomi	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia dikatakan telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, ditandai dengan berdirinya lembaga-lembaga keuangan yang secara teknik menggunakan prinsip syariah merupakan salah satu proses itu untuk membangun sistem ekonomi Islam baik dalam skala makro maupun mikro.

Dalam perkembangannya, peranan dan kedudukan lembaga keuangan syariah dan pemberdayaan ekonomi rakyat lebih banyak dilakukan oleh lembaga keuangan non bank, yaitu *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT). BMT dianggap layak dan handal dalam membangun kembali infrastruktur dan supra-struktur ekonomi khususnya dalam skala mikro. BMT memiliki banyak keunggulan itu tampak pada konsep dasar, karakteristik, produk dan operasionalnya yang berwawasan syariah serta berorientasi kepada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Keberadaan lembaga keuangan syariah sejenis *Baitul Maal Wa Tamwil* BMT di Indonesia merupakan jawaban terhadap tuntutan dan kebutuhan kalangan umat muslim. Kehadiran BMT muncul disaat umat Islam mengharapkan adanya lembaga keuangan yang menggunakan adanya lembaga

keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dan bebas dari unsur riba yang diasumsikan haram.

Dengan tumbuhnya BMT yang terus maju pesat bagaikan jamur dimusim hujan, tidak dielakkan lagi persaingan yang akan terjadi antara BMT satu dengan BMT yang lainnya. Oleh karena itu, masing-masing BMT tentu tidak ingin kalah dibandingkan dengan pesaingnya. Strategi yang diterapkan sebuah BMT sangat memainkan peranan pesaing di dalam pertumbuhan dan pekungannya. Hal ini tentu berkaitan dengan promosi yang dilakukan oleh masing-masing BMT.

Pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentu produk pun sangat penting. Asumsinya saat promosi yang dilakukan BMT kurang maka secara otomatis akan kurang juga dari masyarakat yang mengenai BMT apabila sebaliknya promosi gencar dilakukan memiliki kemungkinan besar akan terjadinya peningkatan jumlah nasabah.

Selain promosi, kualitas pelayanan juga harus diperhatikan. Karena pelayanan yang bermutu akan menghasilkan kepuasan bagi nasabah. Kualitas pelayanan menjadi komponen utama, karena produk-produk utama BMT yaitu kredit merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan BMT juga mudah ditiru. Oleh karena itu, persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan BMT memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya.¹

¹ Tatik Suryani “*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia Vol 16*”, (Surabaya:STIE Perbahas,2001) hlm 273.



Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan dan ramah tamah. Yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat memberikan pelayanan.

Masalah promosi dan pelayanan bukanlah hal yang rumit atau sulit tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang buruk karena sifatnya sangat sensitif, sistem promosi dan kualitas pelayanan perlu didukung oleh strategi promosi dan kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika yang sopan, sedangkan tujuan dari promosi dan kualitas pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan nasabah/konsumen, sehingga akan menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan.

Untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat, maka sektor perbankan harus dikelola secara profesional mulai dari segi pelayanannya, strategi pemasaran yang baik, segi keuangan yang harus dikelola dengan prinsip kehati-hatian, serta juga harus inovatif dalam menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.

BMT Ikhlasul Amal merupakan salah satu BMT yang sedang berkembang sehingga memerlukan langkah-langkah untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penulis memilih BMT Ikhlasul Amal sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu memberi manfaat bagi kemajuan BMT dari hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan latar belakang tersebut maka



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan (*Customer Service*) Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT Ikhlasul Amal Karangampel Indramayu”.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi masalah

a. Wilayah kajian

Dalam penelitian ini wilayah kajiannya adalah manajemen sumber daya insani yaitu pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

b. Jenis masalah

Jenis masalah yang dibahas adalah menyangkut pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan (*customer service*) terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal Karangampel-Indramayu.

2. Pembatasan masalah

1. Strategi promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal Karangampel.

2. Kualitas pelayanan (*customer service*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal Karangampel.

3. Staregi promosi dan kualitas pelayanan (*customer service*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal Karangampel.



3. Pertanyaan penelitian
 1. Bagaimana pengaruh strategi promosi terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal Karangampel-Indramayu?
 2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (*customer service*) terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal Karangampel-Indramayu?
 3. Bagaimana pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan (*customer service*) terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal Karangampel-Indramayu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran pengaruh strategi promosi terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal Karangampel-Indramayu.
2. Untuk mengetahui gambaran pengaruh kualitas pelayanan (*customer service*) terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal Karangampel-Indramayu.
3. Untuk mengetahui gambaran pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan (*customer service*) terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal Karangampel-Indramayu.



D. Manfaat

Mengenai manfaat penelitian ini adalah

1. Sebagai bahan penilaian dan informasi bagi BMT Ikhlasul Amal Karangampel-Indramayu dalam mengambil keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabahnya.
2. Bagi penulis merupakan sarana untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan selama masa perkuliahan dan sekaligus sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Jurusan Ekonomi Perbankan Islam IAIN Cirebon.
3. Dijadikan sebagai penambah referensi kepustakaan bagi Jurusan Ekonomi Perbankan Islam IAIN Cirebon.

E. Sistematika Penulisan

Dalam upaya mempermudah pembahasan dan gambaran mengenai penelitian yang penulis lakukan agar jelas dan terarah sesuai konteks permasalahan maka penulis membuat sistematika permasalahan per bab sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan berisikan tentang: latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan sistematika penulisan.



- BAB II : Tinjauan pustaka yang memuat tentang : teori pengertian promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, serta kerangka pemikiran dan hipotesis.
- BAB III : Metodologi penelitian yang memuat tentang : pendekatan dan jenis data, variabel operasional, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, uji instrumen (validitas dan reabilitas), dan teknik analisis data.
- BAB IV : Hasil dan pembahasan yang memuat tentang : obyek penelitian, yang meliputi sejarah, produk-produk BMT Ikhlasul Amal-Karangampel, dan hasil penelitian pengaruh promosi dan kualitas pelayanan (*customer service*) terhadap kepuasan nasabah di BMT Ikhlasul Amal-Karangampel.
- BAB VI : Penutup yang memuat tentang: kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri Soemitra. M. A “Bank dan Lembaga Keuangan Syariah” Jakarta, Kencana Edisi Ke 2.
- Fandy Tjiptono. ”*Pemasaran Jasa*”. Malang. Bayu Media, 2006.
- Kasmir, “*Bank dan Lembaga Keuangan*” PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta 2005.
- Kasmir, ”*Etika Customer Service*”, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta 2006.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. PT. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Lera Ellitan dan Lina Anatun. “*Manajemen Koperasi Dalam era Baru Manufaktur*”, Alfabeta. Bandung. 2007.
- M.N. Nasution “*Manajemen Mutu Terpadu*”: Ghalia Indonesia, Bogor, 2005.
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988).
- Muhtosim Arief, ”*Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*”. Bayu media Publishing: Malang. 2006.
- Ratih Hurriyati, ”*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*”. Alfabeta, CV. Cetakan ke-2. Bandung. Januari, 2008.
- Riduan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. (Bandung: Alfabeta, 2007).
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, Bandung :Alfabeta, 2007.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004) Cet VII.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta, 2003.
- Suharsimi Arikunto, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, (Bandung, Tarsito, 1998).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Suharsimi Arikuntto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998).

Tatik Suryani “*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol. 16*”, (Surabaya: STIE Perbahas, 2001).