

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Survey Pada Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Cirebon)**

SKRIPSI

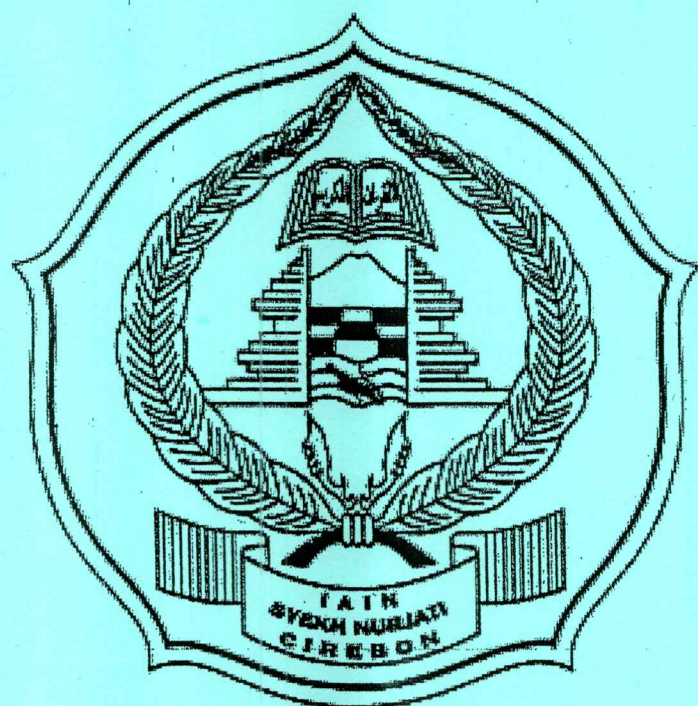
**Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Syariah (S.Sy)
Pada Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam (MEPI)
Fakultas Syariah**



Oleh:

MOH. DENI SETIAWAN
NIM: 07320102

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
1434 H/ 2013 M**



Ikhtisar

Moh. Deni Setiawan, 07320102 : Pengaruh Strategi Pemasaran dan kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Survey Pada Nasabah di Bank BNI Syariah)

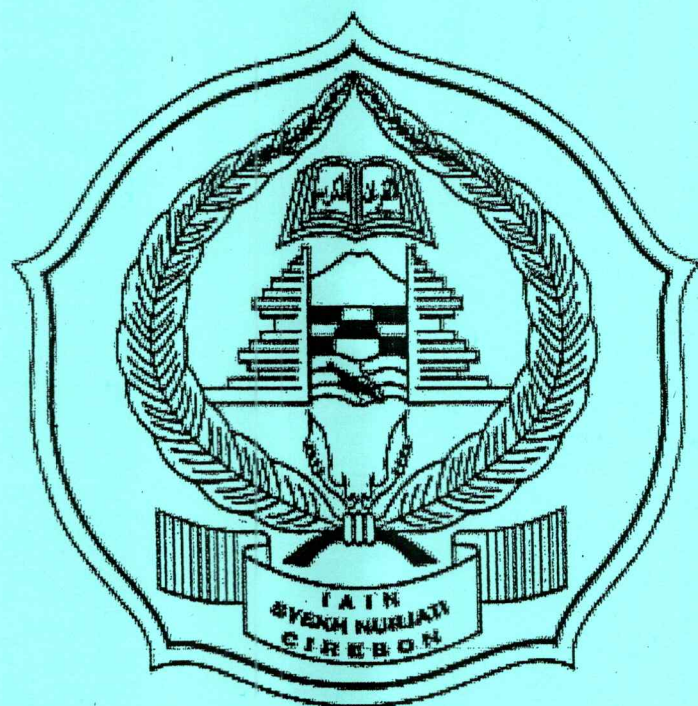
Upaya strategi pemasaran, dan kualitas produk yang ditawarkan oleh Bank BNI Syariah cabang Kota Cirebon bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan nasabah. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah Bank BNI Syariah cabang Kota Cirebon.

Rumusan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan nasabah, adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, adakah pengaruh antara strategi pemasaran dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan nasabah, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, untuk mengetahui pengaruh antara antara strategi pemasaran dan kualitas produk terhadap keouasan nasabah di Bank BNI Syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data primer yakni memperoleh informasi langsung dari responden melalui kuesioner/ angket, serta observasi dan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan untuk memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Uji instrument yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, karena data berbentuk ordinal maka di transformasikan terlebih dahulu ke data interval.

Data dianalisis menggunakan uji normalitas, uji korelasi, uji regresi berganda, pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data, pengaruh strategi pemasaran dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah, dapat di ketahui bahwa nilai $F_{hitung} (21,052) > F_{tabel} (3,516)$. Dengan demikian bahwa strategi pemasaran dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari hasil tabel model Summary besarnya angka R square (r^2) adalah 0,393, angka tersebut mempunyai pengertian bahwa pengaruh strategi pemasaran dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah adalah 39,3 %. Sedangkan sisanya 61,7 % di pengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah



PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Strategi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah (Survey pada Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Cirebon)** Oleh: Deni Setiawan, NIM : 07320102 telah diujikan dalam sidang munaqosah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, pada tanggal 2013.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Syariah (S.Sy) pada program Studi Ekonomi Perbankan Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 11 Februari 2013

Sidang Munaqosah

Ketua
Merangkap Anggota,



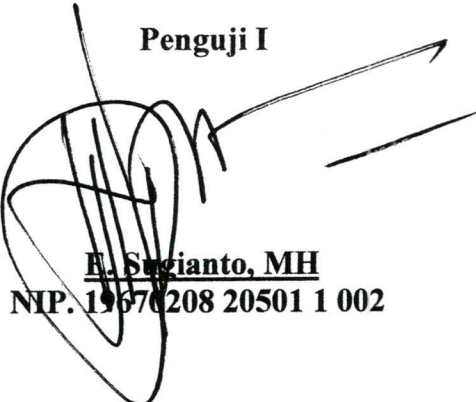
Sri Rokhlinasari, SE. M.Si
NIP. 19730806199903 2 003

Sekretaris
Merangkap Anggota,



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

Penguji I



H. Sugianto, MH
NIP. 19670208 20501 1 002

Penguji II



Alvien Septian Haerisma, M.Si
NIP. 19800912 200604

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Survey Pada Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Cirebon)** ini serta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

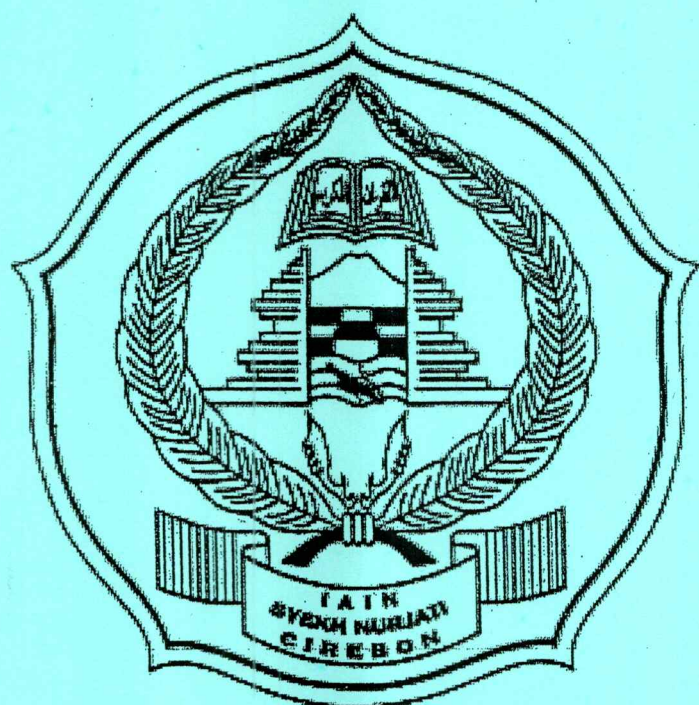
Cirebon, 11 Februari 2013

Yang Membuat Pernyataan



Moh. Deni Setiawan

NIM. 07320102



PERSETUJUAN

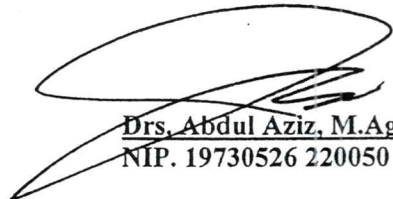
PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Oleh:

MOH. DENI SETIAWAN
NIM. 07320102

Menyetujui:

Pembimbing I,


Drs. Abdul Aziz, M.Ag
NIP. 19730526 220050 1 1004

Pembimbing II,


Drs. H. M. Endang Djunaeni, M.M
NIP. 19530616 198303 1 007

Mengetahui,

Ketua Jurusan Muamalah / Ekonomi Perbankan Islam (MEPI)
Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon


Sri Rokhlinasari, SE. M.Si
NIP. 19730806199903 2 003

NOTA DINAS

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Syariah
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di
Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari:

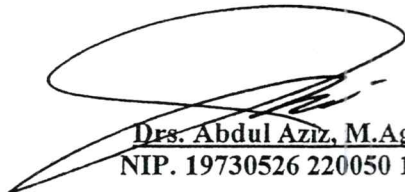
Nama : Moh. Deni Setiawan
NIM : 07320102
Skripsi berjudul : **Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah**

Maka kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk di Munaqasahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Cirebon, 10 Januari 2013

Pembimbing I,


Drs. Abdul Aziz, M.Ag
NIP. 19730526 220050 1 1004

Pembimbing II,


Drs. H. M. Endang Djunaeni, M.M
NIP. 19530616 198303 1 007

Mengetahui,

Ketua Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam (MEPI)
Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon



Sri Rokhlina Sari, SE. M.Si
NIP. 19730806199903 2 003

RIWAYAT HIDUP



Moh. Deni Setiawan, Lahir di Cirebon tanggal 29 April 1988 anak ke 2 dari 2 bersaudara dari ayah Bapak Sugiri dan Ibu Umi Hasanah. Alamat Jl. Empang Kertayasa Gunung jati kabupaten Cirebon. 45151.

Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Dasar SDN 4 Klayan, lulus tahun 2000.
2. Pendidikan Menengah Pertama SMPN 1 Cirebon Utara, Lulus Tahun 2003.
3. Pendidikan Menengah Atas SMA Muhamadiyah, tidak lulus tahun 2006.
4. PAKET C lulus tahun 2006.
5. Perguruan Tinggi IAIN Syekh Nurjati Cirebon, lulus tahun 2013.

Pengalaman Organisasi

1. UKM BOLA VOLLY IAIN Syekh Nurjati Cirebon 2009-2010 sebagai Ketua Umum.
2. DEMA IAIN Syekh Nurjati Cirebon 2010-2011 Sebagai MENPORA.
3. Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) 2009-2012 sebagai KADER.

MOTTO

- Janganlah pernah menoleh ke belakang karena itu sudah terjadi, janganlah mencoba melihat kedepan karena itu semua hanya bayangan semu, lihatlah apa yang kamu kerjakan selama ini karena apa yang kamu kerjakan kelak untuk hari esok
- Janganlah menjadi seorang yang pendendam dalam masalah waktu
- Gunakanlah 80% pikiranmu untuk hari esok dan gunakanlah 20% pikiranmu untuk saat ini

Yakin Usaha Sampai

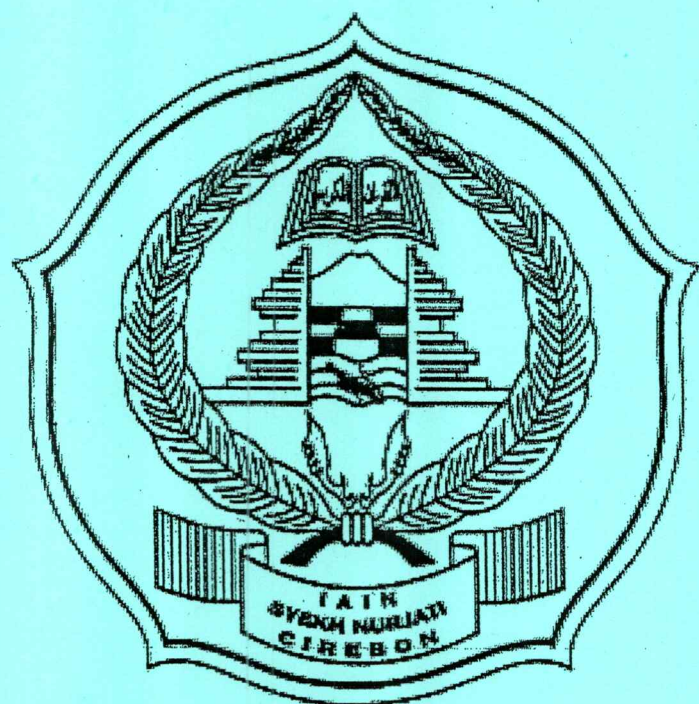
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rasa syukur kupanjatkan kepada Allah SWT karena berkat Rahmat, Hidayah dan Kasih sayang-Nya skripsi sebuah penantian dan perjuangan yang sangat panjang ini telah saya selesaikan.

Saya persembahkan skripsi ini dan banyak terimakasih kepada kedua orang tua saya, Papah Sugiri, Mamah Umi Hasanah, Ceceu Linda Rosdiana dan AA Yanto Permadi yang telah berkorban doa, materi, dan segalanya untuk kelancaran kuliah_skripsi ini sehingga telah selesai, apa yang saya hasilkan sekarang mungkin tidak sebanding dengan semua yang kalian berikan kepada saya selama ini, apa yang kalian berikan tidak pernah tergantikan.

Saya ucapkan terimakasih pula kepada orang-orang terdekat saya, keluarga besar, pacar, teman seperjuangan saya oop, eyung, rahmat, sagol yang telah memotivasi saya untuk cepet lulus. UKM Bola Voli IAIN yang telah mengajarkan bagaimana caranya berorganisasi dan tidaklah lupa saya ucapkan terimakasih kepada anak-anak EPRO memet, alek, elun, memi, ozan, candra, khasan dkk yang telah menemani hari-hari saya ikut di semester bawah.

Kepada dosen pembimbing pak Azis dan pak Endang saya sangat berterimakasih karena tidak pernah lelah dalam membimbing saya dari awal pembuatan sampai akhir skripsi saya telah selesai dan saya berterima kasih pula kepada ibu Sri Rokhlinasari sebagai dosen akademik saya yang telah memberikan masukan pendapat mengenai perkuliahan saya.



KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Segala puji dan syukur bagi Allah yang Maha Menyayangi yang telah melimpahkan Nikmat rahmat, hidayah dan inayah sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah (Survey pada Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Cirebon)”** dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Sholawat dan salam semoga tetap selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW pembawa petunjuk bagi umat manusia.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Ayahanda Bapak Sugiri (alm) dan Ibunda Umi Hasanah, atas segala yang telah diberikan kepada penulis baik kasih sayang, keridhoan, keikhlasan, dukungan spiritual maupun material serta do'a yang setiap saat selalu terpanjatkan kehadiran Allah SWT.
2. Bapak Prof. Dr. H. Maksum Muchtar, MA, selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3. Bapak Dr. H. Achmad Kholiq, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Ibu Sri Rokhlinasari, SE. M.Si, selaku Ketua Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
5. Bapak Drs. Abdul Aziz, M.Ag selaku dosen pembimbing pertama yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Bapak Drs. H. M. Endang Djunaeni, M.M selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
7. Para dosen Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam (MEPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, beserta seluruh staf Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
8. Pimpinan serta Keluarga Besar Bank BNI Syariah Cabang Cirebon yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu-satu, yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah kalian semua berikan. Amin

Penulis hanya dapat berucap terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala motivasi dan dukungannya, semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kebaikan yang telah diberikan, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, bagi seluruh pembaca skripsi ini, masukan, kritik, dan saran sangat penulis harapkan demi peningkatan kualitas penulisan selanjutnya. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya, baik mahasiswa, masyarakat, pengusaha maupun pemerintah.

Akhirnya tiada gading yang tak retak, dari penulis jika ada kurang dan lebihnya baik kesalahan penulisan atau hal-hal yang lain penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya karena kesempurnaan hanyalah milik Allah.

Cirebon, 11 Februari 2013

Penulis

TRANSLITERASI ARAB LATIN

ا	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	'
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	هـ	H
ش	Sy	ء	'
ص	Sh	ي	Y
ض	Dh		



DAFTAR ISI

IKHTISAR.....	i
PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS	iii
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI.....	iv
PERSETUJUAN	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	7

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori.....	9
1. Kepuasan Nasabah	9
a. Definisi Kepuasan Nasabah.....	9
b. Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	10
c. Tujuan Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	12
d. Kepuasan Nasabah Dalam Persepektif Islam	13

2. Strategi Pemasaran.....	23
a. Pengertian Pemasaran	23
b. Pengertian Bauran Pemasaran	24
c. Unsur-unsur Bauran Pemasaran	24
d. Bauran Pemasaran Dalam Persepektif Islam	31
3. Kualitas Produk.....	36
a. Definisi Kualitas Produk	36
b. Persepsi Terhadap Kualitas Produk	37
c. Strategi Produk.....	38
d. Produk-Produk Bank Syariah	47
B. Kerangka Berfikir	54
C. Hipotesis	55

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	58
B. Objek Penelitian.....	59
C. Definisi Operasional Variabel	59
D. Data Penelitian.....	62
E. Teknik Pengumpulan Data	63
F. Populasi Dan Sampel	63
G. Instrumen Penelitian	65
H. Teknik Analisis Data.....	73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	80
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	80
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
3. Karakteristik Responden Berdasarkan tingkat pendidikan.....	80
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82

B. Gambaran Distribusi Variabel.....	82
1. Strategi Pemasaran.....	82
2. Kualitas Produk.....	89
3. Kepuasan Nasabah	94
C. Analisis Data.....	100
1. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah.....	100
2. Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah	102
3. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah	103
4. Persamaan Regresi.....	105
5. Analisis Ekonomi.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

2.1 Substruktural.....	55
2.2 Kerangka Konseptual.....	56

DAFTAR TABEL

3.1 Definisi Operasional Variabel.....	60
3.2 Skor Jawaban Angket	66
3.3 Hasil Perhitungan Uji Validitas Strategi pemasaran.....	68
3.4 Hasil Perhitungan Uji Validitas Kualitas Produk	69
3.5 Hasil Perhitungan Uji Validitas Kepuasan Nasabah	69
3.6 Hasil Uji Reabilitas	71
3.7 Normality.....	73
3.8 Koefisien Korelasi Dan Penafsiran	78
4.1 Karakteristik Usia Responden.....	80
4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	80
4.3 Karakteristik Pendidikan Respondent	81
4.4 Karakteristik Pekerjaan Respondent	82
4.5 Bank BNI Syariah memiliki lokasi yang strategis.....	83
4.6 Bank Syariah dalam menjalankan usahanya memiliki bentuk promosi yang menarik.....	83
4.7 Bank BNI Syariah dalam melakukan promosi iklan sesuai dengan faktanya	84
4.8 Bentuk promosi yang ada di Bank BNI Syariah sangat mudah di pahami.....	85
4.9 Tingkat keuntungan yang di ambil Bank BNI Syariah kompetitif di banding dengan bunga kredit Bank Konvensional.....	85
4.10 Bank BNI Syariah melakukan promosi melalui pendekatan personal atau individu.....	86
4.11 Perencanaan produk untuk memnuhi kebutuhan dan keinginan nasabah	87
4.12 Penetapan jenis produk mempengaruhi manfaat produk yang di rasakan nasabah	87
4.13 Sistem saluran pemasaran produk memperlancar dan mempermudah nasabah dalam bertransaksi	88
4.14 Komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat nasabah	88

4.15 Bank BNI Syariah menggunakan nisbah bagi hasil dalam pembiayaan maupun simpanan.....	89
4.16 Tidak ada riba dalam produk Bank BNI Syariah.....	90
4.17 Kedua belah pihak sukarela dalam melakukan transaksi.....	90
4.18 Keberadaan Bank BNI Syariah untuk kemaslahatan umat	91
4.19 Produk Bank BNI bermanfaat bagi pengembangan ekonomi anggotanya....	91
4.20 pembiayaan dan simpanan di Bank BNI syariah berdasarkan dengan pola syariah	92
4.21 Bank BNI Syariah dalam memberikan informasi lebih terbuka	92
4.22 Pada Bank BNI Syariah keuntungan dan kerugian di ketahui oleh anggotanya	93
4.23 Bank BNI memberikan kebijakan kepada anggotanya bila terjadi keterlambatan pembayaran pembiayaan pada saat jatuh tempo.....	93
4.24 Bank BNI Syariah dalam melakukan bagi hasil menguntungkan bagi kedua belah pihak.....	94
4.25 Pihak Bank BNI cepat dalam melakukan pelayanan baik dalam pembukaan rekening dan penyetoran dana nasabah.....	95
4.26 Karyawan Bank BNI Syariah dalam menangani keluhan nasabah responsif	95
4.27 Bank BNI Syariah sangat menjamin uang yang di simpan nasabahnya.....	96
4.28 Karyawan Bank BNI Syariah selalu memberikan kepada semua nasabah...	96
4.29 Semua karyawan Bank BNI Syariah sopan dalam melayani semua nasabah	97
4.30 Karyawan Bank BNI syariah cepat tanggap ketika nasabah membutuhkan informasi.....	97
4.31 Semua fasilitas yang ada di bank BNI Syariah rapih dan nyaman.....	98
4.32 Pelengkapan yang ada di bank semua nya lengkap dan menunjang kenyamanan nasabah	98

4.33 Kantor Bank BNI Syariah baik di luar kantor maupun di dalam kantor semuanya bersih dan nyaman	99
4.34 Pelayanan karyawan dalam menangani keluhan nasabah sangat responsif..	99
4.35 Coefisien.....	100
4.36 ANOVA.....	102
4.36 Model Sumary	104