

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, EMOSIONAL MARKETING
DAN SPIRITUAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER
PENERBIT TIGA SERANGKAI
CABANG CIREBON**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memenuhi Gelar Megister Ekonomi (M.E.)
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

**MA'MUR MUNAJAT
NIM : 2486050016**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH
NURJATI CIREBON
2026 M/1447 H**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, EMOSIONAL MARKETING
DAN SPIRITUAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER
PENERBIT TIGA SERANGKAI
CABANG CIREBON**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memenuhi Gelar Megister Ekonomi (M.E.)
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:
MA'MUR MUNAJAT
NIM : 2486050016

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH
NURJATI CIREBON
2026 M/1447 H**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, EMOSIONAL MARKETING
DAN SPIRITUAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER
PENERBIT TIGA SERANGKAI
CABANG CIREBON**

TESIS

Prgram Studi : Ekonomi Syariah

Oleh;

**MA'MUR MUNAJAT
NIM : 2486050016**

Telah disetujui pada tanggal, 11 Maret 2026

Pembimbing I

Pembimbing II


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


Dr. Alvien Septian Haerisma, SEI, MSI
NIP. 19800912 200604 1 001

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Direktur Program Pascasarjana

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan tesis saudara **Mamur Munajat NM : 2486050016** dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, EMOSIONAL MARKETING DAN SPIRITUAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER PENERBIT TIGA SERANGKAI CABANG CIREBON”**. Kami berpendapat bahwa tesis tersebut di atas sudah dapat diajukan. Bersama ini kami kirimkan naskahnya untuk diujikan dalam sidang tesis program Pascasarjana UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

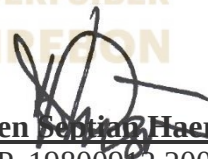
Wassalamu'alaikum Wr Wb

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


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


Dr. Alvien Setiawan Haerisma, SEI, MSI
NIP. 19800912 200604 1 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah


Prof. Dr. Abdul Aziz, M.Ag
NIP. 19730526 200501 1 004

LEBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, EMOSIONAL MARKETING
DAN SPIRITUAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER
PENERBIT TIGA SERANGKAI
CABANG CIREBON**

Disusun Oleh;

MA'MUR MUNAJAT

NIM : 2486050016

Telah diujikan pada tanggal, April 2026 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E)

Cirebon, April 2026
Dewan Penguji,

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Prof. Dr. H. Ilman Nafi'a, M.Ag
NIP. 19721220 199803 1 004

Prof. Dr. Abdul Aziz, M.Ag
NIP. 19730526 200501 1 004

Pembimbing I/Penguji

Pembimbing II/Penguji

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

Dr. Alvien Septian Haerisma, SEI, MSI
NIP. 19800912 200604 1 001

Penguji Utama,

Prof. Dr. Abdul Aziz, M.Ag
NIP. 19730526 200501 1 004

Direktur

Prof. Dr. H. Ilman Nafi'a, M.Ag
NIP. 19721220 199803 1 004

PERNYATAAN OTENTISITAS TESIS

Bismillahirrahmanirahiim

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : MA'MUR MNAJAT

NIM : 2486050016

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Pada program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Dengan ini, saya menyatakan bahwa tesis yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, EMOSIONAL MARKETING DAN SPIRITUAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER PENERBIT TIGA SERANGKAI CABANG CIREBON" ini beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri dan 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 atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, April 2026
buat Pernyataan,

MA'MUR MUNAJAT
NIM : 2486050016



RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Ma'mur Munajat
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 03 September 1977
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Nama Bapak : Muhayar
Nama Ibu : Nunung
Telp/HP: 081-222144 765
E-mail: munazat56@gmail.com

Alamat Lengkap : Jl. Lobunta Land Cluster Flamboyan A03, Desa Banjarwangunan, Kec.Mundu Kabupaten Cirebon, Jawa Barnt 45173.

Riwayat Pendidikan :

- ❖ SD/Sederajat : SD Negeri Tampomas Kota Cirebon
- ❖ SMP/Sederajat : SMP Negeri 5 Kota Cirebon
- ❖ SMA/Sederajat : SMA Negeri 8 Kota Cirebon
- ❖ s1 : Jurusan Syariah, Prodi : Ekonomi dan Perbankan Islam STAIN Cirebon 2000-2004
- ❖ S2 : Magister Ekonomi Syariah UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon 2024-2026

Riwayat Pengalaman Kerja :

- ❖ Operator Produksi PT ARIDA Cirebon (1997-2001)
- ❖ Branch Manager PT Tiga Serangkai Cabang Cirebon (sampai sekarang)

Demikian riwayat hidup berikut dibuat secara benar agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cirebon, April 2026
Pembuat Pernyataan,

MA'AMUR MUNAJAT
NIM : 2486050016

MOTTO

“Man jadda wajada, Man shabara zhafira”



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan teruntuk :

Buah cintaku : Istri Sholehahku

Buah hatiku : Anak-anak sholeh dan sholehku

Buah ridhoku : Ayah dan Bundaku

Buah Rezekiku : Penerbit Tiga Serangkaiku

Buah ilmuku : Guru dan Dosenku

Buah tulusku : Sahabat dan Kolegaku



ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Emosional Marketing Dan Spiritual Marketing
Terhadap Loyalitas Customer Penerbit Tiga Serangkai
Cabang Cirebon

Ma'mur Munajat¹, Dewi Fatmasari², Alvien Septian Haerisma³

Lima tahun terakhir ini Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon mengalami penurunan penjualan cukup drastis karena menurunnya loyalitas customer.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, emosional marketing dan spiritual marketing secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas customer Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon. Metode penelitian menggunakan metode survei kuantitatif dengan jumlah sampel 100 customer yang dipilih secara *accidental random sampling*. Analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana dan berganda.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif, kuat dan signifikan kualitas pelayanan, spiritual marketing dan emosional marketing secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas customer pada Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon dengan p-value masing-masing 0,000.

Kata Kunci : **UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**
Kualitas Pelayanan, Emosional dan Spritual Marketing, Loyalitas Customer

ABSTRACT

Over the past five years, the Cirebon Branch of Penerbit Tiga Serangkai has experienced a drastic decline in sales due to declining customer loyalty. Customers rate the quality of service, emotional marketing, and spiritual marketing at Penerbit Tiga Serangkai as poor.

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, emotional marketing, and spiritual marketing, both partially and simultaneously, on customer loyalty at Penerbit Tiga Serangkai, Cirebon Branch.

The research method used a quantitative survey with a sample of 100 customers selected using accidental random sampling. Data analysis used simple and multiple linear regression tests.

The results concluded that there is a positive, strong, and significant influence of service quality, spiritual marketing, and emotional marketing, both partially and simultaneously, on customer loyalty at Penerbit Tiga Serangkai, Cirebon Branch, with a p-value of 0.000 for each.

Keywords:

Service Quality, Emotional and Spiritual Marketing, Customer Loyalty

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

ملخص

سيرانغكاي، تيغا نشر دار في العملاء ولاء على الروحي والتسويق العاطفي والتسويق الخدمة جودة أثر سيريبون فرع

3هريسما سيبتيان ألفين، 2فاطمساري ديوي، 1 مناجات مامور

حادثاً انخفاضاً سيرانغكاي تيغا نشر دار التابع سيريبون فرع شهد الماضية، الخمس السنوات مدى على والتسويق العاطفي والتسويق الخدمة جودة العملاء ويُقَيَّم. العملاء ولاء تراجع نتيجة المبيعات في متدنية بأنها سيرانغكاي تيغا نشر دار في الروحي.

حدة على كلّ الروحي، والتسويق العاطفي والتسويق الخدمة جودة أثر تحديد إلى الدراسة هذه هدفت سيرانغكاي تيغا نشر دار التابع سيريبون فرع في العملاء ولاء على ومجتمعين،

وتم. عميل 100 من مكونة عشوائية عشوائية عينة اختيار تم حيث الكمي، المنهج الدراسة استخدمت والمتعدد البسيط الخطي الانحدار اختبارات باستخدام البيانات تحليل.

والتسويق الروحي والتسويق الخدمة لجودة إحصائياً ودال وقوي إيجابي تأثير وجود إلى النتائج خلصت سيرانغكاي، تيغا نشر دار التابع سيريبون فرع في العملاء ولاء على ومجتمعين، حدة على كلّ العاطفي، منها لكل 0.000 تساوي (p-value) احتمالية بقيمة

العملاء ولاء والروحي، العاطفي التسويق الخدمة، جودة: المفتاحية الكلمات

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun tesis dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Emosional Marketing Dan Spiritual Marketing Terhadap Loyalitas Customer Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon”*** dengan baik.

Tesis ini disusun sebagai salah satu bentuk upaya akademis dalam mengkaji fenomena loyalitas konsumen pada industri penerbitan, khususnya di Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon, dengan menekankan pada peran strategi pemasaran berbasis pelayanan, emosional dan spiritual. Penulis menyadari bahwa dinamika persaingan bisnis penerbitan di era modern menuntut strategi pemasaran yang lebih berorientasi pada hubungan jangka panjang dengan konsumen, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah dan pemasaran.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik berupa bimbingan, masukan, maupun motivasi dalam penyusunan proposal ini. Secara khusus, penulis berterima kasih kepada dosen pembimbing, keluarga, serta rekan-rekan yang senantiasa memberikan doa dan dorongan sehingga karya ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis, kalangan akademisi, praktisi bisnis, serta pihak-pihak yang berkepentingan dalam memahami lebih jauh mengenai peran pelayanan, emosional marketing dan spiritual marketing dalam membangun loyalitas konsumen.

Cirebon, 13 Maret 2021

Penulis



MA'AMUR MUNAJAT
NIM : 2486050016

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Customer Instansional Tahun 2020-2025.....	6
Tabel 3.1 Indikator Variabel dan Kisi-Kisi Kuesioner	52.
Tabel 4.1 Gambaran Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4.2 Gambaran Umur Responden.....	67
Tabel 4.3 Gambaran Agama Responden.....	68
Tabel 4.4 Gambaran Instansi Responden.....	68
Tabel 4.5 Deskripsi Kualitas Pelayanan (X1)	69
Tabel 4.6 Deskripsi Emosional Marketing (X2)	70
Tabel 4.7 Deskripsi Spiritual Marketing (X3)	71
Tabel 4.8 Deskripsi Loyalitas Customer (Y)	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Homogenitas.....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Y	82
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X3 terhadap Y	85
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda X1, X2 dan X3 terhadap Y.....	88

DAFTAR GAMBAR / GRAFIK

Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	47
Gambar 2.2 Kerangka Konsep	48
Gambar 4.1 Grafik Kualitas Pelayanan (X1)	71
Gambar 4.2 Grafik Emosional Marketing (X2)	72
Gambar 4.3 Grafik Spiritual Marketing (X3)	73
Gambar 4.4 Grafik Loyalitas Customer (Y)	74
Gambar 4.5 Grafik Hasil Uji Linierita	77
Gambar 4.6 Grafik Hasil Uji Heterokesdasitas.....	79



DAFTAR ISI

Halaman judul	0
Halaman Persetujuan.....	i
Nota Dinas.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Otentitas Tesis	iv
Daftar Riwayat Hidup	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Abstrak (Indonesia, Inggris, Arab).....	viii
Kata Pengantar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar/ Grafik	xiii
Daftar Isi.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Telaah Pustaka.....	13
1. Kualitas Pelayanan	13
2. Emosional Marketing	20
3. Spiritual Marketing	27
4. Loyalitas Customer	34
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	49
C. Kerangka Pemikiran.....	51

D. Pengajuan Hipotesis	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	55
A. Rancangan Penelitian	55
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	56
C. Populasi dan Sampel	57
D. Metode Pengumpulan Data	58
E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	61
F. Teknik Pengolahan dan Analisa Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAASAN.....	71
A. Profil Penerbit Tiga Serangkai Cabang Cirebon	71
B. Hasil Penelitian	73
C. Pembahasan.....	98
BAB V PENUTUP.....	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	

