**PENGARUH *ISLAMIC MARKETING,* PENANGANANKELUHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN *MURABAHAH*  PADA PT. BPRS SEPROVINSI LAMPUNG**

**TESIS**

Diajukan Kepada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Untuk Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar

Magister Ekonomi Syariah (M.E)

**Oleh**

**DITTA NUR HIDAYANTI**

**1760102003**

**Program Studi Ekonomi Syariah**

**Konsentrasi Pengembangan Lembaga Keuangan Syariah**



**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

**LAMPUNG**

**TAHUN 1441 H/ 2020 M**

**PENGARUH *ISLAMIC MARKETING,* PENANGANANKELUHAN DAN KEPERCAYAANTERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA PT. BPRS SEPROVINSI LAMPUNG**

**TESIS**

Diajukan Kepada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Untuk Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar

Magister Ekonomi Syariah (M.E)

**Oleh**

**DITTA NUR HIDAYANTI**

**1760102003**

**Program Studi Ekonomi Syariah**

**Konsentrasi Pengembangan Lembaga Keuangan Syariah**

**Pembimbing I : Dr. Heni Noviarita, M. Si**

**Pembimbing II : Dr. Erike Anggraeni, S.E., M. E. Sy**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

**LAMPUNG**

**TAHUN 1441 H/ 2020 M**

**PERNYATAAN ORISINIL**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ditta Nur Hidayanti

NPM : 1760102003

Judul Tesis : **Pengaruh *Islamic Marketing,* Penanganan Keluhan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah* Pada PT. BPRS SeProvinsi Lampung**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Tesis ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, Juni 2020

Yang Membuat Pernyataan,

Ditta Nur Hidayanti

17601020

**ABSTRAK**

Tingginya laju pertumbuhan industri perbankan syariah tidak terlepas dari ekspansi perbankan syariah yang semakin meluas keseluruh pelosok Indonesia, sehingga perbankan syariah dituntut untuk dapat menerapkan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah. Begitu juga dengan pelayanan marketingnya, hal lain yang perlu diperhatikan dalam memberikan layanan kepada para nasabahnya adalah bagaimana menangani keluhan-keluhan yang dirasakan nasabah.Apabila pelayanan yang diberikan kepada para nasabahnya dilakukakn dengan cepat dan tanggap maka dengan sendirinya nasabah akan loyal terhadap perbankan, kemudian semakin meningkatnya loyalitas nasabah ke pihak perbankan tidak terlepas dari kepercayaan nasabah kepihak perbankan. Hal tersebut diduga dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini akan mengkaji 4 hal yakni Apakah *islamic marketing* berpengaruh terhadap loyaliats nasabah pembiayaan *murabahah?,* apakah penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah?,* apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah?,* apakah *islamic marketing*, penanganan keluhan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah?*

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan 100 responden nasabah pembiayaan *murabahah* dari 3 BPRS Seprovinsi Lampung dengan kriteria yang telah peneliti tentukan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh *islamic marketing* terhaadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* sebesar 35,7%*,* terdapat pengaruh penanganan keluhanterhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* sebesar 49,3%, terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* sebesar 20%*,* terdapat pengaruh *islamic marketing*, penanganan keluhan dan Kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* sebesar 53,1%.

**Kata Kunci: *Islamic Marketing, Penangan Keluhan, Kepercayaan dan Loyalitas***

|  |  |
| --- | --- |
| logo uin | KEMENTERIAN AGAMA **UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN INTAN**  **BANDAR LAMPUNG**  **PROGRAM PASCA SARJANA (PPS)** |
| *Alamat: Jl. Yulius Usman No. 12 Labuhanratu Kedaton Bandar Lampung (35142) Telp. (0721) 787392 Fax (0721) 787392* | |

**PERSETUJUAN**

Judul Tesis : Pengaruh *Islamic Marketing,* Penangan Keluhan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah*  Pada PT. BPRS SEPROVINSI LAMPUNG

Nama : Ditta Nur Hidayanti

NPM : 1760102003

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah disetujui untuk diajukan dalam ujian Tertutup pada Program Pascasarjana (PPs) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, Mei 2020

Pembimbing I Pembimbing II

Dr. Heni Noviarita, M.Si Dr. Erike Anggraini, S.E., M.E.Sy

Nip. 1965112011923 2 001 Nip. 198208082001101 2 009

Ketua Program Studi

Ekonomi Syariah

Prof. Dr. Tulus Suryanto, SE., MM., Akt

Nip. 19700926 200801 1 008

|  |  |
| --- | --- |
| logo uin | KEMENTERIAN AGAMA **UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN INTAN**  **BANDAR LAMPUNG**  **PROGRAM PASCA SARJANA (PPS)** |

|  |
| --- |
| *Alamat: Jl. Yulius Usman No. 12 Labuhanratu Kedaton Bandar Lampung (35142) Telp. (0721) 787392 Fax (0721) 787392* |

**PENGESAHAN**

Tesis yang berjudul “PENGARUH *ISLAMIC MARKETING,* PENANGANAN KELUHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA PT. BPRS SEPROVINSI LAMPUNG”, ditulis oleh: DITTA NUR HIDAYANTI, NPM: 1760102003. Telah diujikan dalam ujian Tertutup dan disetujui untuk diajukan dalam ujian Terbuka pada Program Pascasarjana (PPs) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

**TIM PENGUJI**

Ketua : Prof. Dr. Idham Khalid, M.Ag (…………………………)

Sekretaris : Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I (…………………………)

Penguji I : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I (…………………………)

Penguji II : Dr. Heni Noviarita, M.Si (…………………………)

Tanggal Lulus Ujian Tertutup : 13 Maret 2020

|  |  |
| --- | --- |
| logo uin | **KEMENTERIAN AGAMA**  **UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN INTAN**  **BANDAR LAMPUNG**  **PROGRAM PASCA SARJANA (PPS)** |
| *Alamat: Jl. Yulius Usman No. 12 Labuhanratu Kedaton Bandar Lampung (35142) Telp. (0721) 787392 Fax (0721) 787392* | |

**PENGESAHAN**

Tesis yang berjudul “PENGARUH *ISLAMIC MARKETING,* PENANGANAN KELUHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA PT. BPRS SEPROVINSI LAMPUNG”, ditulis oleh: DITTA NUR HIDAYANTI, NPM: 1760102003. Telah diujikan dalam ujian Terbuka pada Program Pascasarjana (PPs) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

**TIM PENGUJI**

Ketua : Dr. H. Jamal Fakhri, M.Ag (…………………………)

Sekretaris : Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I (…………………………)

Penguji I : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I (…………………………)

Penguji II : Dr. Heni Noviarita, M.Si (…………………………)

Tanggal Lulus Ujian Tertutup : 26 Juni 2020

**Mengetahui**

Direktur Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung

Prof. Dr. Idham Khalid, M. Ag

NIP. 1960010200198803 1 005



**MOTTO**

**…**

Artinya: *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu…”*

*(*Ali-Imran:159)[[1]](#footnote-1)

**PERSEMBAHAN**

Sebagai rasa syukur dan terimakasihku yang mendalam tesis ini kupersembahkan kepada:

1. Orang tua tercinta yang telah membesarkan, memberikan bimbingan, kasih sayang serta memberikan doa dan mendambakan keberhasilanku.
2. Mbakku Nurul Khotimah, Kakakku Arif Pristiawan, mbakkuSiti Wuryan Sulastri Ningrum, kakakkuAris Irfannudin, serta suamiku Safrudi dan anakku Muhammad Zafran Alfatih yang aku sayangi, yang telah mendukung dan mendoakan serta mengharapkan keberhasilanku.
3. Almamater tercinta yang telah mendidik ku menjadi lebih baik dan mampu berfikir untuk lebih maju.
4. Sahabat seperjuangan Ekonomi syariah angkatan 2017 Program Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung yang saling mendukung antara satu sama lain untuk semangat dalam kegiatan perkuliahan dan menyusun tesis ini.

**RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Kota Metro pada tanggal 30 September 1993 dan dianugerahi sebuah nama oleh ayahanda dan ibunda yaitu Ditta Nur Hidayanti. Anak keempat dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Sholikhin (Alm) dan Ibu Sri Suparti. Adapun riwayat pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis adalah:

1. Taman Kanak-kanak di TK Aisiyah Banjarrejo Lampung Timur dan berijazah pada tahun 1999
2. Sekolah Dasar di SD Negeri 2 Metro Timur dan berijazah pada tahun 2005
3. Sekolah menengah pertama di MTs Negeri 1 Lampung Timur dan berijazah pada tahun 2008
4. Sekolah menengah atas di MAN 1 Lampung Timur dan berijazah pada tahun 2011
5. Pendidikan Diploma (D3) Di Perbankan Syariah IAIN Metro dan berijazah pada tahun 2014
6. Pendidikan Strata 1 (S1) Perbankan Syariah STIA Alma Ata Yogyakarta dan berijazah pada tahun 2017

Dengan mengucap Alhamdulillah dan puji syukur atas kehadirat Allah SWT serta dorongan orang tua penulis, selanjutnya pada tahun 2017 penulis melanjutkan ke Program Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung mengambil jurusan Ekonomi Syariah konsentrasi pada Pengembangan Lembaga Keuangan Syariah, Program Pasca Sarjana UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, Juni 2020

Ditta Nur Hidayanti

NPM: 1760102003

**KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul “Pengaruh *Islamic Marketing,* Penangan Keluhan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Seprovinsi Lampung”.

Penyusunan Tesis ini peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terima kasih atas dukungan yang telah diberikan oleh:

1. Bapak Prof. Dr. Idham Kholid, M.Ag selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung yang selalu tanggap akan kesulitan mahasiswanya.
2. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., MM., Akt., CA selaku Ketua dan Ibu Mardiyah Hayati., S.P., M.S.I selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah yang membantu mahasiswa dalam menyelesaikan masalah seputar kegiatan perkuliahan.
3. Ibu Dr. Heni Noviarita, M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Dr. Erike Angraeini, S.E., M.E.Sy selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan, dan memotivasi peneliti hingga tesis ini selesai.
4. Bapak Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I selaku penguji.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta civitas akademik Program Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Syariah.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Tesis ini, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan guna menyempurnakan penulisan ini. Akhir kata peneliti selalu berharap semoga hasil-hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pendidikan terutama pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Bandar Lampung, Juni 2020

Ditta Nur Hidayanti

1760102003

**DAFTAR ISI**

**HALAMAN JUDUL ii**

**PERNYATAAN ORISINIL iii**

**ABSTRAK iv**

**HALAMAN PERSETUJUAN v**

**PERSETUJUAN UJIAN TERTUTUP vi**

**MOTTO vii**

**PERSEMBAHAN viii**

**RIWAYAT HIDUP ix**

**KATA PENGANTAR x**

**DAFTAR ISI xii**

**DAFTAR TABEL xvi**

**DAFTAR GAMBAR xvii**

**BAB I PENDAHULUAN**

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Identifikasi Masalah 8
3. Batasan Masalah 9
4. Rumusan Masalah 9
5. Tujuan Penelitian 10
6. Manfaat Penelitian 10

**BAB II KAJIAN TEORITIK**

1. Deskripsi Konseptual 11
2. Loyalitas Nasabah 11
3. Indikator Loyalitas Nasabah 12
4. *Islamic Marketing* 13
5. Etika *Islamic Marketing* 14
6. Karakteristik *Islamic Marketing* 15
7. Berbisnis Ala Rasulullah 17
8. Penanganan Keluhan 18
9. Indikator Penanganan Keluhan 21
10. Kepercayaan 21
11. Elemen Penting Dari Kepercayaan 23
12. Faktor-faktor Membangun Kepercayaan 24
13. Indikator Kepercayaan 24
14. *Maqashid Syariah* 25
15. Konsep *Maqashid Syariah* 25
16. Kemaslahatan 26
17. Hasil Penelitian Yang Relevan 33
18. Kerangka Berfikir 36
19. Hipotesis Penelitian 38
20. Kerangka Pemikiran 39

**BAB III METODE PENELITIAN**

1. Jenis Penelitian 41
2. Tempat dan Waktu Penelitian 41
3. Data dan Sumber Data 41
4. Populasi, Teknik Sampel dan Sampel 42
5. Definisi Operasional Variabel Penelitian 44
6. Teknik Pengumpulan Data 51
7. Pemeriksaan Keabsahan Data 52
8. Uji Validitas 52
9. Uji Reabilitas 53
10. Uji Asumsi Klasik 54
11. Uji Normalitas 54
12. Uji Linieritas 56
13. Uji Regresi Berganda 56
14. Uji Hipotesis 57
15. Uji T 57
16. Uji F 58
17. Uji Koefisien Determinan R2 58
18. Analisis Data 59

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Deskripsi Data 60
2. Karakteristik Responden 60
3. Distribusi Jawaban Responden 63
4. Uji Keabsahan Data 67
5. Uji Validitas 67
6. Uji Realibitas 70
7. Uji Asumsi Klasik 71
8. Uji Normalitas 71
9. Uji Linieritas 72
10. Uji Hipotesis 75
11. Uji T 75
12. Uji F 77
13. Uji Determinasi R2 79
14. Pembahasan Hasil Penelitian 81
15. Apakah *Islamic Marketing* berpengaruh terhadap

Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah*  82

1. Apakah *Penanganan Keluhan* berpengaruh terhadap

Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah* 91

1. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas

Nasabah Pembiayaan *Murabahah* 95

1. Apakah *Islamic Marketing,* Penanganan Keluhan

dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas

Nasabah Pembiayaan *Murabahah* 97

**BAB V PENUTUP**

1. Kesimpulan 103
2. Rekomendasi 104

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel Halaman

1. Komposisi pembiayaan *murabahah, mudharabah* dan

*musyarakah* BPRS 1

1. Jumlah rekening Nasabah pembiayaan *murabahah* BPRS 2
2. BPRS Seprovinsi Lampung 3
3. Data Perkembangan Laba/Rugi BPRS 7
4. Data BPRS sebagai sampel 44
5. Definisi Operasional 47
6. Alternatif Jawaban 52
7. Karakteristik Berdasarkan Usia 61
8. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin 61
9. Karakteristik berdasarkan jenjang pendidikan 62
10. Karakteristik berdasarkan Pekerjaan 63
11. Tanggapan responden mengenai *Islamic Marketing* 64
12. Tanggapan responden mengenai Penanganan Keluhan 65
13. Tanggapan responden mengenai Kepercayaan 66
14. Tanggapan responden mengenai Loyalitas Nasabah 67
15. Uji Validitas variabel *Islamic Marketing* 68
16. Uji Validitas variabel Penanganan Keluhan 69
17. Uji Validitas variabel Kepercayaan 69
18. Uji Validitas variabel Loyalitas Nasabah 70
19. Uji Realibitas Angket 71
20. Uji Normalitas 72
21. Uji Linieritas variabel *Islamic Marketing* dan

Loyalitas Nasabah 73

1. Uji Lineritas variabel Penanganan Keluhan dan

Loyalitas Naasabah 74

1. Uji Linieritas variabel Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah 74
2. Uji T 76
3. Uji F 78
4. Uji R2 variabel *Islamic Marketing* terhadap

Loyalitas Nasabah 79

1. Uji R2 variabel Penanganan Keluhan terhadap

Loyalitas Nasabah 80

1. Uji R2 variabel Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah 80
2. Uji R2 Variabel *Islamic Marketing,* Penanganan Keluhan dan

Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah 81

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar Halaman

1. Kerangka Pemikiran 38
2. Model Kerangka Pemikiran 40

1. Kementrian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemah,* (Jakarta:PT Syamil Cipta Media, 2015), Hlm.72 [↑](#footnote-ref-1)