

**PENGARUH PEMBIAYAAN DAN STRATEGI  
MARKETING JEMPUT BOLA TERHADAP  
KUALITAS PELAYANAN**

(Studi Pada BPRS Mitra Agro Usaha  
Bandar Lampung)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-  
Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu  
Perbankan Syariah

Oleh

**Muhammad Rinaldi Nugroho**  
**NPM :1851020133**

**Program Studi : Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**RADEN INTAN LAMPUNG**  
**TA. 2023/2024**

**PENGARUH PEMBIAYAAN DAN STRATEGI  
MARKETING JEMPUT BOLA TERHADAP  
KUALITAS PELAYANAN**

(Studi Pada BPRS Mitra Agro Usaha  
Bandar Lampung)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-  
Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu  
Perbankan Syariah

Oleh

**Muhammad Rinaldi Nugroho**  
**NPM :1851020133**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Pembimbing I : Prof. Dr. H. Moh. Baharudin, M.Ag**

**Pembimbing II : Dedi Satriawan, M.Pd**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
TA. 2023/2024**

## ABSTRAK

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan lembaga keuangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atas transaksi pembiayaan. Bank syariah saling bersaing dalam membuat produk dan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat (nasabah). Banyaknya persaingan tersebut perusahaan perbankan terus menerapkan strategi pemasaran supaya nasabah menabung sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung juga dituntut untuk menjaga hubungan baik dan harmonis kepada para nasabahnya, karena apabila hal tersebut tidak dilakukan dengan baik, maka bukan tidak mungkin nasabah tersebut akan lari ke bank lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara pembiayaan dan strategi marketing jemput bola terhadap kualitas pelayanan (Studi pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung).

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan bantuan *IBM SPSS 29*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan yaitu *Probability sampling*. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui google form, sedangkan data sekunder berupa teori-teori dan data penunjang lainnya diperoleh dari kepustakaan. Populasi penelitian ini berjumlah 2.300 nasabah, sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji analisis regresi liner berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pembiayaan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan (Y). Sedangkan Strategi marketing jemput bola ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan (Y).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Pembiayaan, Strategi Marketing Jemput Bola



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289*

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rinaldi Nugroho  
NPM : 1851020133  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pembiayaan Dan Strategi Marketing Jemput Bola Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikat ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipahami.

Bandar Lampung, 09 Januari 2024



Muhammad Rinaldi Nugroho  
NPM. 1851020133



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289*

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi** : Pengaruh Pembiayaan Dan Strategi  
Marketing Jemput Bola Terhadap Kualitas  
Pelayanan (Studi Pada BPRS Mitra Agro  
Usaha Bandar Lampung)  
**Nama** : Muhammad Rinaldi Nugroho  
**NPM** : 1851020133  
**Program Studi** : Perbankan Syariah  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Prof. Dr. H. Moh Baharudin, M.Ag.**

**NIP. 195808241989031003**

**Pembimbing II**

**Dedi Satriawan, M.Pd.**

**NIP. 198912182023211015**

**Mengetahui,**

**Ketua Prodi Perbankan Syariah**

**Any Eliza, S.E., M.Ak**  
**NIP. 198308152006042004**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul: **Pengaruh Pembiayaan Dan Strategi Marketing Jemput Bola Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)**, Disusun oleh: **Muhammad Rinaldi Nugroho**, NPM: **1851020133**, Program Studi: **Perbankan Syariah**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: **Senin, 04 Maret 2024**.

**Tim Penguji**

**Ketua : Femei Purnama Sari, M.Si.**

**Sekretaris : Sherly Etika Sari, M.S.I.**

**Penguji I : Rahmat Fajar Ramdani, M.Si.**

**Peguji II : Dedi Satriawan, M.Pd**



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. M. M. Akt. C.A**

089262008011008

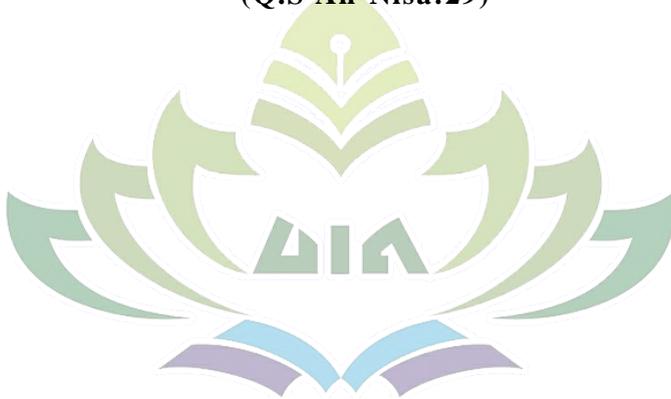
## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta  
sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan  
yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah  
kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah  
Maha Penyayang kepadamu.*

**(Q.S An-Nisa:29)**



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah *Subhaanahu wa ta'ala*, yang telah melimpahkan karunia, *taufiq*, dan *hidayah*-Nya. *Sholawat* serta *salam* tidak lupa semoga selalu terlimpahkan kepada Rasulullah SAW sebagai pembawa cahaya kebenaran, dengan segala kerendahan hati kupersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berarti dalam perjalanan hidupku dengan niat, tulus dan *ikhlas*, kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orangtuaku tercinta, Ayahku Supardi dan Almh. Mamakku Suparti, dengan doa yang senantiasa mengiringi langkahku. Semoga Allah SWT selalu menyayangi, melindungi dan memberi kesehatan untuk kedua orangtuaku.
2. Almamater ku tercinta yaitu Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Muhammad Rinaldi Nugroho, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 09 November 1999. Penulis adalah anak kedua dari 2 bersaudara dari pasangan bapak Supardi dan ibu Suparti.

Penulis memulai pendidikan dari TK Handayani pada tahun 2005 sampai 2006. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SDN 1 Sawah Brebes pada tahun 2006 sampai dengan tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 9 Bandar Lampung pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2015. Selanjutnya melanjutkan pendidikan di SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung pada tahun 2015 sampai dengan 2018. Dan selanjutnya penulis melanjutkan kuliah dengan mengambil Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2018 sampai 2024.



## KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat-Nya. Sehingga dalam pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan syarat guna memperoleh gelar sarjana pada fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, peneliti merasa perlu menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, MM., Akt, C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Baharudin, M.Ag., selaku Pembimbing I dan bapak Dedi Satriawan, M. Pd., selaku Pembimbing II, terimakasih atas kesediaan, keikhlasan, dan kesabarannya disela-sela kesibukan untuk memberikan bimbingan, kritik dan saran dalam proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta para karyawan yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan hingga selesai.
5. Kepada bapak Mat Amin, SE. Akt dan Ibu Sri Sumarti selaku pimpinan BPRS Mitra Agro Usaha yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melaksanakan kegiatan penelitian di BPRS Mitra Agro Usaha.
6. Yessy Tamara S. Pd., yang senantiasa selalu membantuku, menemaniku dan juga memberiku semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuanganku Perbankan B .
8. UKM ORI Divisi Futsal tempatku belajar dan berproses yang sudah seperti keluargaku sendiri.

Semoga Allah SWT membalas amal kebajikan semua pihak yang

telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga bermanfaat. Amin.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Bandar Lampung,

2024

Muhammad Rinaldi Nugroho

1851020133



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	11
D. Fokus Penelitian.....	12
E. Rumusan Masalah.....	12
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Manfaat Penelitian.....	13
H. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	14
I. Sistematika Penulisan.....	19
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN</b>	
<b>HIPOTESIS</b> .....	<b>21</b>
A. Teori yang Digunakan.....	21
1. Teori Stewardship.....	21
2. Teori Market Based View (MBV).....	21
3. Teori Management.....	22
4. Teori Kualitas Pelayanan Publik.....	23
5. Pembiayaan.....	24
a. Pengertian Pembiayaan.....	24
b. Dasar Hukum Pembiayaan.....	25
c. Indikator Pembiayaan.....	26
d. Tujuan Pembiayaan.....	27
e. Fungsi Pembiayaan.....	27

6.	Strategi Marketing .....	28
a.	Pengertian Strategi Marketing.....	28
b.	Faktor-faktor Strategi Marketing.....	29
c.	Indikator Strategi Marketing .....	33
7.	Sistem Jemput Bola .....	37
a.	Pengertian Sistem Jemput Bola.....	37
b.	Strategi Sistem Jemput Bola.....	40
c.	Indikator Sistem Jemput Bola .....	40
d.	Cara Mekanisme Sistem Jemput Bola.....	41
e.	Kelebihan dan Kelemahan Sistem Jemput Bola.....	41
8.	Kualitas Pelayanan.....	42
a.	Pengertian Kualitas Pelayanan .....	42
b.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	44
c.	Indikator Kualitas Pelayanan.....	44
d.	Manfaat Kualitas Pelayanan.....	45
B.	Kerangka Berfikir.....	46
C.	Pengajuan Hipotesis .....	47
1.	Pengaruh Pembiayaan Terhadap Kualitas Pelayanan.....	47
2.	Pengaruh Strategi Marketing Jemput Bola Terhadap Kualitas Pelayanan .....	48
3.	Pengaruh Pembiayaan dan Strategi Marketing Jemput Bola Terhadap Kualitas Pelayanan.....	51

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>	
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	55
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	55
C.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data .....	56
D.	Definisi Operasional Variabel.....	59
E.	Instrumen Penelitian .....	61
F.	Uji Validitas dan Reabilitas Data.....	62
1.	Uji Validitas.....	62
2.	Uji Reliabilitas Data .....	62
G.	Uji Hipotesis .....	63
1.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
2.	Uji Statistik Parisal (Uji T).....	64

3. Uji Statistik Simultan (Uji F).....	64
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>
A. Deskripsi Data.....	67
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
2. Deskripsi Distribusi Jawaban Responden.....	71
B. Hasil Penelitian dan Analisis .....	73
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	73
a. Uji Validitas Konvergen .....	73
b. Uji Reliabilitas .....	76
2. Uji Hipotesis .....	77
a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
b. Uji Parsial (Uji T) .....	79
c. Uji Simultan (Uji F) .....	81
d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	82
3. Rekapitulasi Data dan Hasil Uji Hipotesis .....	83
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
1. Pengaruh Pembiayaan ( $X_1$ ) terhadap Kualitas Pelayanan (Y) BPRS MAU .....	83
2. Pengaruh Strategi Marketing jemput Bola ( $X_2$ ) Terhadap Kualitas Pelayanan (Y) BPRS Mitra Agro Usaha.....	85
3. Pengaruh Secara Simultan Pembiayaan ( $X_1$ ) dan Strategi Marketing Jemput Bola ( $X_2$ ) Terhadap Kualitas Pelayanan (Y).....	88
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>91</b>
A. Simpulan .....	91
B. Rekomendasi.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

1.1	Data Pembiayaan BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Periode Tahun 2020-2023.....	11
3.1	Definisi Operasional Variabel.....	60
3.2	Daftar Skala Likert.....	62
4.2	Distribusi Jawaban Responden Variabel Pembiayaan .....	71
4.3	Distribusi Jawaban Responden Variabel Strategi Marketing .....	71
4.4	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan .....	72
4.5	Uji Validitas Variabel Pembiayaan .....	73
4.6	Uji Validitas Variabel Strategi Marketing.....	74
4.7	Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	75
4.8	Uji Reliabilitas .....	77
4.9.	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
4.10	Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	80
4.11	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	81
4.12	Hasil Uji Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	82
4.13	Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis .....	83

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka berfikir .....	47
4.1 Struktur Organisasi BPRS MAU Bandar Lampung.....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	103
Lampiran 2. Daftar Jawaban Angket Kuesioner .....	108
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	117
Lampiran 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	119
Lampiran 5. Hasil Uji Hipotesis (Uji T, Uji F, Uji $R^2$ ) .....	120
Lampiran 6. Keterangan Plagiarisme .....	121



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran dan memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka perlu adanya uraian penegasan arti dan makna dari beberapa istilah terkait dengan tujuan skripsi ini. Dengan penegasan tersebut, diharapkan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi yang penulis maksud. Untuk itu, perlu dijelaskan pengertian dari istilah-istilah tersebut sebagai berikut:

#### **1. Pengaruh**

Pengaruh adalah sebab yang timbul dari akibat asosiatif yang berarti menemukan perkaitan antar sebuah nilai variabel.<sup>1</sup>

#### **2. Pembiayaan**

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan berdasarkan akad mudharabah dengan menggunakan prinsip bagi hasil.<sup>2</sup>

#### **3. Strategi Marketing**

Strategi marketing adalah sebuah konsep pemasaran yang berorientasi pada pelanggan dengan memenuhi kebutuhan konsumen dengan keinginannya serta memberikan kepuasan terhadap produk-produk yang di tawarkan.<sup>3</sup>

#### **4. Strategi Jemput Bola**

Strategi jemput bola adalah sebuah strategi di mana para penyedia jasa maupun penjual produk melakukan kegiatan pemasaran dengan cara menghubungi atau

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metedologi Penelitian Kantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 20.

<sup>2</sup>Ridwansyah, *Mengenal Istilah-Istilah Dalam Perbankan Syariah* (Bandar Lampung: Anugrah Utama Raharja, 2012), 57.

<sup>3</sup>Muhammad Yusuf & Miah Said Saleh, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV Sah Media, 2019), 12.

mendatangi langsung calon pelanggannya.<sup>4</sup>

## **5. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan segala suatu bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.<sup>5</sup>

## **6. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu perpanjangan tangan dari lembaga keuangan syariah yang memiliki core kegiatan usaha pada pendanaan dan pembiayaan kepada sektor-sektor ril untuk mengangkat perekonomian masyarakat. Berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 tentang ketentuan umum menyebutkan bahwa pengertian BPRS adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Selanjutnya pada pasal 2 dijelaskan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Sedangkan pengertian pembiayaan disini adalah pendanaan yang diberikan suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Menurut Ismal (2013) menyatakan bahwa perbankan syariah di Indonesia ada bagian dari institusi keuangan yang telah mampu menyediakan pelayanan peminjaman dan pembiayaan mereka sendiri dan tentu saja dengan berlandaskan prinsip dan nilai islam. Meskipun perbankan syariah dibatasi untuk melakukan kegiatan

---

<sup>4</sup>Aris Ariyanto, *Strategi Pemasaran Umkm Di Masa Pandemi* (Sumatra Barat: Cv Insan Cendekia Mandiri, 2021), 29.

<sup>5</sup>Mohamad Ghozali, 'Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah', *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3. no. 1 (2021): 65 <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i1.8566>.

usahanya seperti bank konvensional karena berlandaskan agama islam yang melarang praktik riba, kontribusi dari perbankan syariah sebagai intermedator keuangan menuju pembangunan ekonomi Indonesia yang berkelanjutan tetap menunjukkan tren yang positif sejauh ini.<sup>6</sup>

Berdasarkan pengertian dari beberapa istilah yang telah diuraikan diatas, maka ditemukan sebuah kejelasan terkait maksud dari judul skripsi ini, yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Pembiayaan dan Strategi Marketing Jemput Bola Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Pada BPRS Mitra Argo Usaha Bandar Lampung) tersebut.

## B. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.<sup>7</sup> Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>8</sup> Saat ini banyak sekali bank syariah yang sudah berdiri di Indonesia, semua bank syariah saling bersaing dalam membuat produk dan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat (nasabah). Bank syariah di definisikan sebagai bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa majelis ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan,

---

<sup>6</sup>Achmad Rifa'i, "Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM," *Human Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, no.1 (2017): 185-186, <https://doi.org/10.36835/iqtishoduna.v9i1>.

<sup>7</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2018), 12.

<sup>8</sup>BPHN, *Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan* (Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia, 1998), 182.

kemaslahatan universalisme, serta tidak mengandung kharar, masyir, riba, zalim, dan objek yang haram.<sup>9</sup>

Pada penyaluran dana kepada masyarakat, sebagian besar pembiayaan bank islam disalurkan dalam bentuk barang atau jasa yang diberikan bank islam untuk nasabahnya. Dengan demikian pembiayaan hanya diberikan apabila barang/jasanya telah ada terlebih dahulu. Pembiayaan adalah fungsi bank dalam menjalankan fungsi penggunaan data. Dari pembiayaan yang dikeluarkan atau disalurkan bank diharapkan dapat menghasilkan tingkat penghasilan dari pembiayaan (*yield on financing*) tingkat penghasilan tertinggi dibank. Tingkat penghasilan dari setiap jenis pembiayaan juga bervariasi, tergantung pada prinsip pembiayaan yang digunakan dan sector usaha yang dibiayai.<sup>10</sup> Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas kepercayaan, dengan demikian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti pembiayaan yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama.<sup>11</sup>

Berdasarkan beberapa penelitian yang dipaparkan dalam research gap, terdapat beberapa perbedaan hasil penelitian yang dapat disimpulkan, pertama mengenai pengaruh pembiayaan terhadap profitabilitas dimana dalam penelitian Lutfi Hanania, menyebutkan bahwa pembiayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat profitabilitas perbankan syariah di Indonesia baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang.<sup>12</sup> Sedangkan penelitian yang dilakukan Yulia

---

<sup>9</sup>Rela Setia, Ridwansyah Ridwansyah, dan Erike Anggraeni, "Kontribusi Pembiayaan Mikro dan Pembiayaan Implan Terhadap Laba Bersih Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Kalianda Era Covid-19," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 3091–99, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6795>.

<sup>10</sup>M.Amin Azis, *Mengembangkan Bank Islam di Indonesia*, (Jakarta: Bangkit, 2005), 1.

<sup>11</sup>Veithzal Rivai, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008). h.3.

<sup>12</sup> Luthfia Hanania, 'Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Profitabilitas Perbankan Syariah Dalam Jangka Pendek Dan

Inayatillah dan Anang Subardjo, menyebutkan bahwa pembiayaan jual beli berpengaruh positif terhadap profitabilitas, sedangkan pembiayaan bagi hasil berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.<sup>13</sup> Banyaknya persaingan antar bank syariah di Indonesia, membuat perusahaan perbankan terus menerapkan strategi marketing supaya nasabah menabung sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Hal ini menentukan seberapa baiknya seorang marketing funding dalam menghimpun dana dari masyarakat, dan usaha memperkenalkan produk kepada konsumennya. Swasta mengatakan strategi marketing dapat didefinisikan sebagai rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Namun, menurut Tjiptono strategi marketing sendiri merupakan alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan.<sup>14</sup> Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi marketing adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran yang menunjukkan usaha-usaha pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memperoleh suatu hasil yang optimal.

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>15</sup> Layanan yang digunakan sebagai

---

Jangka Panjang', *Perbanas Review*, 1 no.1 (2015): 12.

<sup>13</sup> Yulia Inayatillah and Anang Subardjo, 'Pengaruh Pembiayaan Bagi Hasil, Jual Beli, FDR, NPF Terhadap Profitabilitas Bank Syariah', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6, no.12 (2017): 17 .

<sup>14</sup> Holfian Daulat Tambun Saribu and Euodia Grace Maranatha, 'Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan', *Jurnal Manajemen*, 6, no. 1, (2020): 4.

<sup>15</sup> Abdul Nasser Hasibuan, "Strategi Pemasaran Produk Funding DI PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan," *Imara: Jurnal Riset*

marketing salah satunya yaitu sistem jemput bola.

Sistem jemput bola merupakan sebuah presentasi atau penyajian yang digunakan para penyedia jasa atau penjual produk dalam melakukan kegiatan pemasaran dengan cara menghubungi atau mendatangi langsung nasabah atau calon nasabah penabung untuk mencapai tujuan yang telah disepakati sebelumnya. Pemasaran jemput bola biasanya menjelaskan dan memberitahukan produk yang ditawarkan dengan cara presentasi langsung untuk menarik minat dan mengetahui respon calon konsumen atau nasabah terhadap suatu produk. Selain itu, pemasaran jemput bola juga dapat mengetahui keadaan pasar, kebutuhan pasar, persaingan pasar dan peluang mengembangkan bisnis. Selain itu, sistem pemasaran jemput bola juga dapat membentuk citra perusahaan dan citra produk dimata konsumen atau nasabah, sehingga perusahaan atau perbankan dapat berkembang dengan cepat dan memiliki banyak jumlah konsumen atau nasabah.

Keller mengemukakan bahwa sistem jemput bola merupakan fasilitas layanan tambahan yang diberikan perusahaan untuk nasabah produk simpanan tabungan.<sup>16</sup>

Pendapat lain menyebutkan bahwa jemput bola adalah mendatangi atau mencari pelanggan( dengan cara apapun dan efektif tanpa harus mengeluarkan tenaga). Dalam bisnis online, biasanya pelaksanaan jemput bola dengan cara, sering-sering promosi di situs-situs iklan gratis, serta banyak melakukan komentar di blog. Jadi, tabungan jemput bola adalah sesuatu yang disimpan atau dititipkan berupa uang di dalam lembaga keuangan yang dilakukan dengan mendatangi atau mencari nasabah melalui cara *door to door* atau dengan

---

*Ekonomi Islam* 2. no. 1 (2018): 51-53,  
<https://doi.org/10.31958/imara.v2i1.1032>.

<sup>16</sup> M Siligar and A F Hidayah, 'Strategi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Minat Nasabah:(Studi Kasus Pada Bprs Metro Madani Cabang Kalirejo)', *Journal of Islamic Economis and Banking*, 2, no. 1 (2023): 48, <https://doi.org/10.25217/srikandi.v2i1.3125>.

karyawan menjemput langsung dana atau uang yang akan disimpan oleh nasabah.<sup>17</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa sistem jemput bola merupakan sebuah gagasan atau prinsip yang digunakan para penyedia jasa maupun penjual produk dalam melakukan kegiatan pemasaran dengan cara menghubungi atau mendatangi langsung nasabah atau calon nasabah penabung dalam mencapai tujuan yang telah disepakati sebelumnya.

Dalam penelitian Desy Amalia, hasil penelitian menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan strategi promosi dengan layanan jemput bola terhadap minat nasabah bertransaksi pembiayaan murabahah.<sup>18</sup> Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khafidh juga menunjukkan hasil bahwa layanan jemput bola berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.<sup>19</sup>

Strategi ini cukup efektif karena strategi marketing mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat menyangkut berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Selain itu keputusan untuk menggunakan produk pembiayaan yang menggunakan strategi marketing jemput bola merupakan suatu keputusan yang kompleks serta didasari oleh beberapa hal, salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap nasabah.<sup>20</sup> Kualitas pelayanan merupakan suatu perilaku yang diberikan kepada suatu pihak kepihak lain, yang tidak berwujud dan pada dasarnya dak

---

<sup>17</sup> N Huda and others, *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi* (Jakarta: Kencana,2017), 167.

<sup>18</sup> Desy Amalia, 'Pengaruh Promosi Dengan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wa Tamwil Daarussalaam Kuala Pembuang' (IAIN Palangka Raya, 2020).

<sup>19</sup> M Khafidh, 'Pengaruh Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Menabung Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam', 2021.

<sup>20</sup> Lilis Sartika and Nita Kanya, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan', *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3, no. 2,(2019): 218. <https://doi.org/10.36555/almana.v3i2.913>.

bersifat kepemilikan.<sup>21</sup> Kualitas pelayanan dalam perbankan dibutuhkan dikarenakan dalam dunia perbankan berperan sebagai citra perusahaan kepada nasabah.

Menurut Goesth dan Davis mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.<sup>22</sup> Sedangkan Menurut Kotler dan Amstrong dalam Indrasari kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.<sup>23</sup> Sejalan dengan itu Zeithaml et.al menyebut bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.<sup>24</sup> Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan bisa diwujudkan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan diperusahaan.

Dalam penelitian Asrizal dan Muhammad, hasil penelitian menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.<sup>25</sup> Dari hasil

---

<sup>21</sup> Asrizal Efendy Nasution and Muhammad Taufik Lesmana, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Di Kota Malang)', *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* 1, no. 1 (2018): 84, <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>.

<sup>22</sup> Muhammad Ikhwan Harahap Ahmad Zikri, 'Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1, no.1 (2022): 129–38.

<sup>23</sup> Apriliana Apriliana and Sukaris Sukaris, 'Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara', *Jurnal Maneksi*, 11, no. 2 (2022): 498 <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>.

<sup>24</sup> JanuarIda Wibowati, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang', *Jurnal Manajemen*, 8, no. 2 (2021): 6. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>.

<sup>25</sup> Nasution and Lesmana.

penelitian yang dilakukan Mohamad Gozali, juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan faktor kualitas pelayanan, faktor kualitas produk, dan faktor margin terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah.<sup>26</sup> Sering kali nasabah terkendala saat menggunakan sebuah layanan jasa keuangan seperti kesulitan beradaptasi menggunakan fitur aplikasi yang dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga kualitas pelayanan yang menjamin pengalaman kemudahan, kecepatan serta keamanan menjadi bahan pertimbangan keputusan nasabah.

Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia semakin menambah daftar nama perbankan syariah, karena Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam sistem perbankan di Indonesia merupakan sebuah lembaga keuangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atas transaksi pembiayaan dengan tidak menggunakan perangkat bunga atau riba yaitu sesuai dengan prinsip syariah. Begitu pula pada BPRS Bandar Lampung dalam pelaksanaannya merupakan salah satu bank syariah yang menjalankan usaha berdasarkan prinsip syariah yang juga melakukan kegiatan penghimpun dana (funding) dan penyaluran dana (landing). Aktivitas funding merupakan aktivitas pokok bank syariah dengan menghimpun dana dari masyarakat dan menyediakan fasilitas produk penghimpun dana.<sup>27</sup> Sedangkan aktivitas landing (pembiayaan) yakni aktivitas pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak- pihak yang merupakan defisit unit ( yang membutuhkan dana ). BPRS Bandar Lampung menyalurkan dana yang sudah terkumpul dari nasabah ke berbagai usaha kecil dan menengah termasuk juga untuk kebutuhan konsumtif yang dikemas dalam produk pembiayaan mudharabah, murabahah, ijarah dan ijarah multijasa. BPRS Bandar Lampung cara membagi nisbahnya

---

<sup>26</sup> Ghozali "Faktor Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah," *Dimasejati* 3, no. 1 (2021): 74, <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i1.8566>.

<sup>27</sup> Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 4.

yaitu ketika ada funding, di lindungi dan dikurangi biaya operasional. Proses pembiayaan yang dilakukan oleh BPRS yaitu dengan akad yang digunakan dalam perjanjian antara nasabah dan pihak bank, yaitu akad murabahah untuk pembiayaan jual beli dan akad ijarah untuk pembiayaan multijasa.<sup>28</sup>

BPRS selalu mengembangkan jaringan-jaringan yang meluas dan mudah dijangkau oleh masyarakat luas digunakan dalam perjanjian antara nasabah dan pihak bank, yaitu akad murabahah untuk pembiayaan jual beli dan akad ijarah untuk pembiayaan multijasa.<sup>29</sup>

Pada penelitian ini, peneliti memilih BPRS Mitra Agro Usaha sebagai objek dalam penelitian ini. Alasan dipilihnya BPRS Mitra Agro Usaha sebagai objek dalam penelitian ini karena BPRS Mitra Agro Usaha pernah menjadi BPRS dengan predikat NPF terbaik diseluruh Indonesia, dimana NPF BPRS Mitra Agro Usaha sebesar 0% selama 5 (lima) tahun berturut-turut yaitu dari tahun 2013-2017. Artinya, dari tahun 2013-2017 BPRS Mitra Agro Usaha tidak memiliki pembiayaan bermasalah sama sekali. Hal ini menunjukkan bahwa BPRS Mitra Agro Usaha pernah berhasil dalam mengelola pembiayaan bermasalahnya dengan sangat baik. Namun setelah peneliti melakukan observasi, terdapat masih rendahnya kemampuan karyawan dalam melakukan hubungan komunikasi dengan nasabah, sehingga mengakibatkan pematatan antrian. Hal ini yang memungkinkan adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan.

---

<sup>28</sup> Sumber Wawancara pada PT BPRS Bandar Lampung, 13 Februari 2023.

<sup>29</sup>A Saeed dan A Maftuhin, *Menyoal Bank Syariah: Kritik atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis* (Paramadina, 2004) 8.

**Tabel 1.1**  
**Data Pembiayaan BPRS Mitra Agro Usaha**  
**Periode Tahun 2020-2023**

No	Tahun	Jumlah Rekening	Jumlah Nominal
1	2020	424	23,966,501,916
2	2021	572	26,780,485,000
3	2022	594	27,878,168,180
4	2023	710	30,322,308,867

Sumber : Data diolah tahun 2023, BPRS Mitra Argo Usaha Bandar Lampung

Dapat dilihat pada Tabel 1.1 bahwa dari bulan Mei 2020-Oktober 2023 selalu terjadi penambahan jumlah debitor restrukturisasi oleh BPRS Mitra Agro Usaha dengan nominal outstanding yang selalu bertambah.

Berdasarkan dari uraian diatas yang membahas mengenai latar belakang yang telah digambarkan, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut kedalam sebuah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pembiayaan dan Strategi Marketing Jemput Bola Terhadap Kualitas Pelayanan (Pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)”**.

### C. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Adapun Permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Jumlah nasabah di BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung mengalami penurunan atau peningkatan berapa persen.
2. Strategi marketing jemput bola merupakan cara yang efektif atau tidak dalam dunia perbankan.

Agar penelitian ini lebih jelas dan terarah pada pokok permasalahan serta untuk mencegah terlalu luasnya

pembahasan, maka dalam penelitian ini dilakukan pembatasan penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.
2. Penelitian ini membahas tentang bagaimana Pengaruh Pembiayaan Dan Strategi Marketing Jemput Bola Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung).

#### **D. Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada Pengaruh Pembiayaan Dan Strategi Marketing Jemput Bola Terhadap Kualitas Pelayanan di BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

#### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah dan fokus masalah yang diuraikan diatas, penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Pembiayaan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung ?
2. Apakah Strategi Marketing jemput bola berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung ?
3. Apakah Pembiayaan dan Strategi Marketing jemput bola berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung ?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah pembiayaan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah strategi marketing jemput bola berpengaruh terhadap kualitas

pelayanan pada BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung.

3. Untuk mengetahuidan menganalisis Pembiayaan dan Strategi Marketing jemput bola berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung.

## **G. Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut :

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Untuk memperluas pengetahuan di lingkungan perbankan syariah.
- b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya dibidang perbankan syariah, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan UIN Raden Intan Lampung.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman atas ilmu yang didapat di masa perkuliahan dan menerapkannya dalam bentuk penelitian mengenai Pengaruh Pembiayaan dan Strategi Marketing Jemput Bola berpengaruh Terhadap Kualitas pelayanan pada BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung.
- b. Sebagai tugas akhir penelitian untuk menyelesaikan Skripsi pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
- c. Sebagai salah satu bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda.

## H. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan dijadikan sebagai acuan perbandingan untuk penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang peneliti temukan terkait dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Desy Amalia tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Promosi dengan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Pembiayaan Murabahah di BMT Darussalam Kuala Pembuang”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi promosi dengan layanan jemput bola terhadap minat nasabah bertransaksi pembiayaan murabahah di BMT Daarussalaam sebesar 0,676. Berdasarkan koefisien korelasi nilai  $r$ , maka 0,676 termasuk tingkat kolerasi “kuat”. Selain itu, signifikansi antara variabel promosi dengan layanan jemput bola ( $X$ ) dan variabel minat nasabah bertransaksi pembiayaan murabahah ( $Y$ ) adalah 0,000. Berdasarkan kaidah hipotesis nilai  $t$  hitung sebesar  $7,891 > 1,993$  dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai tersebut maka  $H_1$  ditolak  $H_0$  diterima, artinya signifikan. Pengaruh promosi dengan layanan jemput bola terhadap minat nasabah bertransaksi pembiayaan murabahah sebesar 45,7% sedangkan sisanya 54,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan variabel jemput bola sebagai variabel bebas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni ada pada objek yang diteliti, dimana penelitian ini melakukan objek penelitian di BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung, sedangkan penelitian terdahulu meneliti BMT Darussalam Kuala Pembuang.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup>Desy Amalia, *Pengaruh Promosi Dengan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wa Tamwil Daarussalaam Kuala Pembuang* (IAIN Palangka Raya, 2020).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Masruroh, A., & Wulandari, E. tahun 2021 yang berjudul " Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di KSPPS BMT Mega Bintang Sejahtera". Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara pembiayaan *murabahah* dengan minat nasabah di KSPPS BMT Mega Bintang Sejahtera. Serta untuk mengetahui pengaruh pembiayaan *murabahah* terhadap peningkatan jumlah nasabah di KSPPS BMT Mega Bintang Sejahtera. Untuk mempermudah dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka kemudian di uji dengan SPSS. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah menyebar kuisisioner kepada 74 responden yang diambil secara random. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara pembiayaan *murabahah* dengan peningkatan jumlah nasabah. Sedangkan dengan analisis uji t menunjukkan bahwa, pembiayaan *murabahah* berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan variabel peningkatan jumlah nasabah sebagai variabel bebas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni ada pada objek yang diteliti, dimana penelitian ini melakukan objek penelitian di BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung, sedangkan penelitian terdahulu diKSPPS BMT Mega Bintang Sejahtera.<sup>31</sup>
3. Penelitian yang dilakukan oleh Siska Pratiwi Harahap tahun 2019 yang berjudul "Pengaruh Pembiayaan Mikro

---

<sup>31</sup>Ainul Masruroh dan Etika Maya Wulandari, "Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di KSPPS BMT Mega Bintang Sejahtera Baureno," *Adilla: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah* 4, no. 1 (2021): 29–45. <https://doi.org/10.52166/adilla.v4i1.2324>.

Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Nasabah Pembiayaan Mikro Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Medan)” hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pembiayaan mikro terhadap perkembangan UMKM Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Medan dan untuk mengetahui perbedaan pendapatan nasabah sebelum dan sesudah mendapatkan pembiayaan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah Nasabah Pembiayaan Mikro BRI Syariah Kantor Cabang Medan tahun 2018 sebanyak 88 responden. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dan uji beda (komparasi), dengan bantuan SPSS versi 20. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pembiayaan mikro berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM Nasabah PT. BRI Syariah Kantor Cabang Medan. Perkembangan usaha Nasabah itu terjadi pada peningkatan modal usaha, peningkatan omset penjualan, peningkatan pendapatan, perluasan usaha dan bertambahnya tenaga kerja. Dan adanya perbedaan yang signifikan pada tingkat pendapatan Nasabah PT. BRI Syariah Kantor Cabang Medan sebelum dan sesudah memperoleh pembiayaan mikro. Pendapatan rata-rata nasabah sesudah memperoleh pembiayaan mikro BRI Syariah Kantor Cabang Medan mengalami peningkatan sebesar 35%. Dimana pendapatan rata-rata sebelum memperoleh pembiayaan mikro sebesar Rp 3.521.579,55 dan sesudah memperoleh pembiayaan mikro sebesar Rp 4.752.329,55. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan variabel peningkatan jumlah nasabah sebagai variabel bebas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni ada pada objek yang diteliti, dimana penelitian ini melakukan objek penelitian di BPRS Mitra Agro Usaha

Kota Bandar Lampung, sedangkan penelitian terdahulu di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Medan.<sup>32</sup>

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Yuniati tahun 2018 yang berjudul “ strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan kpr di bri syariah kcp purbalingga” hasil dari penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah di BRI Syariah KCP Purbalingga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan penelitian lapangan dengan teknik observasi langsung dilapangan baik secara lisan maupun tertulis. BRI Syariah KCP Purbalingga menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan marketing mix/bauran pemasaran yang terdiri dari 4 aspek, seperti aspek produk, aspek harga, aspek tempat, dan aspek promosi. Sedangkan strategi khusus yang digunakan adalah melalui promosi diberbagai macam media, door to door, komunitas, dan kerjasama. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini sama-sama menggunakan variabel peningkatan jumlah nasabah sebagai variabel bebas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni ada pada jenis penelitian yaitu penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan objek yang diteliti, dimana penelitian ini melakukan objek penelitian di BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung, sedangkan penelitian terdahulu di BRI Syariah KCP Purbalingga.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup>Siska Pratiwi Harahap, *Pengaruh Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Nasabah Pembiayaan Mikro Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Medan)*. (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019).

<sup>33</sup>Ulfa Yuniati, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan KPR Di BRI Syariah KCP Purbalingga*(IAIN Purwokerto, 2019).

5. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Ariska tahun 2023 yang berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan terhadap Volume Penjualan Bouquet Bunga Melalui Kualitas Pelayanan di Kecamatan Medan Tembung” hasil dari penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui bagaimana sejauh mana pengaruh strategi pemasaran melalui kualitas pelayanan. Adapun metode penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan toko Hai Gallery Medan yang berjumlah 250 pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan sebesar 5% dan menggunakan teknik *Sample Random Sampling*. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kualitas pelayanan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel dependen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni ada pada objek yang diteliti, dimana penelitian ini melakukan objek penelitian di BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung, sedangkan penelitian terdahulu di Toko Hai Gallery Medan.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Siti Ariska, Yulia Tiara Tanjung, And Uswatun Hasanah, "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Volume Penjualan Bouquet Bunga Melalui Kualitas Pelayanan, *Jurnal Manajemen*, 06, No.01 (2023), 1..

## **I. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini sebagai berikut:

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, serta sistematika penulisan.

### **2. BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi teori mengenai *grand theory*, tinjauan umum tentang pembiayaan, strategi marketing, jemput bola, dan juga kualitas pelayanan, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), kerangka pemikiran, dan hubungan antara variabel dan hipotesis.

### **3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengumpulan data, sumber data, definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas data, serta metode analisis data.

### **4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi penyajian data dan hasil analisis dari pengolahan data, serta pembahasan mengenai pengaruh pembiayaan dan strategi marketing jemput bola terhadap kualitas pelayanan (Studi Pada BPRS Mitra Agro Usaha Kota Bandar Lampung).

### **5. BAB V KESIMPULAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan rekomendasi.

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis penelitian dan pembahasan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembiayaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Mitra Agro usaha Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dengan nilai hasil pengujian hipotesis variabel Pembiayaan menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu sebesar  $0,805 < 1,984$  dan nilai signifikansi  $0,423 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  dalam penelitian ini **ditolak** dan  $H_0$  diterima yang berarti bahwa variabel pembiayaan ( $X_1$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel *Kualitas Pelayanan* (Y).
2. Strategi marketing jemput bola memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dengan menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $15,648 > 1,984$  dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  **diterima** dan  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa variabel Strategi Marketing ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap variabel *Kualitas Pelayanan* (Y).
3. Pembiayaan dan strategi marketing jemput bola secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $215,006 > 3,09$  yang berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Berdasarkan hasil uji F bahwa secara simultan *Pembiayaan* ( $X_1$ ) dan *strategi marketing* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap *kualitas pelayanan* (Y).

## B. Rekomendasi

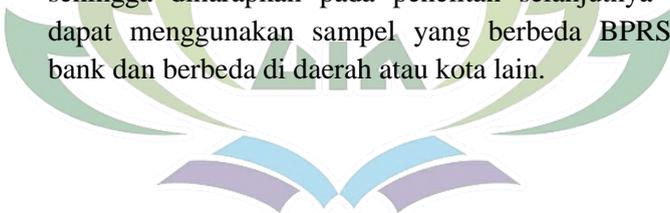
Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Lembaga Bank Syariah

Bagi lembaga bank syariah diharapkan dapat memperluas pangsa pasarnya dan sosialisasi mengenai keunggulan bank syariah dan produk-produk yang ditawarkan serta selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang ada, agar masyarakat selalu merasa nyaman.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan rujukan untuk peneliti sejenis yang memiliki permasalahan yang sama, penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian inidan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain, dan penelitian ini hanya dilakukan di BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sehingga diharapkan pada penelitan selanjutnya untuk dapat menggunakan sampel yang berbeda BPRS atau bank dan berbeda di daerah atau kota lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohman, Dede, Budi Ismanto, and Nurul Ilham, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Clipan Finance Indonesia, Tbk. Cabang Tangerang 5', *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3 (2023), 359 <<https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31435>>
- Ahmad Zikri, Muhammad Ikhsan Harahap, 'Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1.1 (2022), 129–38
- Amalia, Desy, 'Pengaruh Promosi Dengan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wa Tamwil Daarussalaam Kuala Pembuang' (IAIN Palangka Raya, 2020)
- Andri Soemitra, 'Bank & Lembaga Keuangan Syariah' (Bandung: Prenada Media, 2017), p. 59 <<https://books.google.co.id/books?id=0SFADwAAQBAJ>>
- Apriliana, Apriliana, and Sukaris Sukaris, 'Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara', *Jurnal Maneksi*, 11.2 (2022), 498–504 <<https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>>
- Aris Ariyanto, 'Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pndemi' (Sumatra Barat: CV INSAN CENDEKIA MANDIRI, 2021), p. 29
- Ariska, Siti, Yulia Tiara Tanjung, and Uswatun Hasanah, '4564-Article Text-12034-1-10-20231115', 06.01 (2023), 9603–10
- bphn.go.id, 'Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan', *Lembaran Negara Republik Indonesia*, 1998, 182 <<http://www.bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf>>
- Dr. Juliansyah Noor, S.E.M.M., *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (Kencana Prenada Media Group, 2016) <<https://books.google.co.id/books?id=VnA-DwAAQBAJ>>
- Fadila, Hestina Anisa, and Sri Eka Astuningsih, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Pada

- Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7.1 (2021), 108–19 <<https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4891>>
- Firmansyah, Arief Firdy, 'Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah', *Jurnal Ekonomi Islam*, 2.3 (2019), 16–22 <<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>>
- Ghozali, Mohamad, 'Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah', *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3.1 (2021), 65 <<https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i1.8566>>
- Hamid, R S, Z Setiawan, P Simanihuruk, S Napisah, B Utami, K A Puspitasari, and others, *ILMU MANAJEMEN PEMASARAN* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023) <<https://books.google.co.id/books?id=eUq5EAAAQBAJ>>
- Hamirul, Alamsyahril, *Good Governance Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan Publik* (Pustaka Learning Center, 2020)
- Hanania, Luthfia, 'Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Profitabilitas Perbankan Syariah Dalam Jangka Pendek Dan Jangka Panjang', *Perbanas Review*, 1.1 (2015), 151–68
- Harahap, Siska Pratiwi, 'Pengaruh Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Nasabah Pembiayaan Mikro Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Medan).' (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019)
- Hasan, I, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik (Edisi Kedua)* (Bumi Aksara, 2022) <<https://books.google.co.id/books?id=ROSCEAAAQBAJ>>
- Hasibuan, Abdul Nasser, 'Strategi Pemasaran Produk Funding DI PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan', *Imara: JURNAL RISET EKONOMI ISLAM*, 2.1 (2018)
- Huda, N, K Hudori, R Fahlevi, D Mazaya, and D Sugiarti, *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi* (Kencana, 2017) <<https://books.google.co.id/books?id=3hVNDwAAQBAJ>>
- Hulu, Budieli, Yohanes Dakhi, and Erasma F Zalogo, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra

- Kecamatan Amandraya’, *Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis*, 6.2 (2021), 16–25
- Inayatillah, Yulia, and Anang Subardjo, ‘Pengaruh Pembiayaan Bagi Hasil, Jual Beli, FDR, NPF Terhadap Profitabilitas Bank Syariah’, *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6.12 (2017), 2–17
- Jeany, Mauli Siagian, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa’, *Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 7.3 (2020), 330–41
- Julitawaty, Wily, Frith Willy, and Thomas Sumarsan Goh, ‘Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri’, *Jurnal Bisnis Kolega*, 2020
- Kartika, Ika, and Muthia Fariza, ‘Analisa 7P Marketing Mix Untuk Pengembangan Strategi Manajemen Pemasaran Pada Perumahan Grand Sutawangi Majalengka’, *JIEB : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 202, 2022, 13–20  
<<http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>>
- Kasmir, ‘Pemasaraan Bank’ (Jakarta: Kencana, 2018), p. 12
- Khafidh, M, ‘Pengaruh Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Menabung Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam’, 2021 <[http://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/20547/1/Muhammad Khafidh%20170603024%20FEBI%20PS%20082273730882.pdf](http://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/20547/1/Muhammad%20Khafidh%20170603024%20FEBI%20PS%20082273730882.pdf)>
- Kotler, ‘Peranan Stretegi Marketing Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Master Gift Box Malang’, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2.2 (2002), 67 <<https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/696>>
- Kuncoro, Mudrajad, ‘Manajemen Bank Syariah’, *Yogyakarta: UPP AMP YKPN*, 2002
- Kurniawan, Agung, and Zarah Puspitaningtyas, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*, 2016
- Marzuki, A, C Armereo, and P F Rahayu, *Praktikum Statistik*, 2020 <[https://books.google.co.id/books?id=-\\_kOEEAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=-_kOEEAAQBAJ)>
- Masruroh, Ainul, and Etika Maya Wulandari, ‘Pengaruh Pembiayaan

- Murabahah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Di KSPPS BMT Mega Bintang Sejahtera Baureno', *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syaria'ah*, 4.1 (2021), 29–45
- Maulidiyah, Dewi Rahmawati, and Ilmiawan Auwalin, 'Pengaruh Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Kualitas Lingkungan Hidup Tingkat Provinsi Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8.4 (2021), 439  
<<https://doi.org/10.20473/vol8iss20214pp439-450>>
- Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner* (Ideas Publishing)  
<<https://books.google.co.id/books?id=MoI5EAAAQBAJ>>
- Muchtharom, Moch Zaenal Azis, 'Pengaruh Kualitas Produk Murabahah, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Baitul Maal Wat Tamwil Nurul Ummah Ngasem Bojonegoro', *Journal of Sharia Economics*, 1.1 (2019), 41–54  
<<https://doi.org/10.35896/jse.v1i1.57>>
- Muhammad Taufiq Azhari, M P, M P Al Fajri Bahri, M S Drs. Asrul, M H Prof. Dr. Tien Rafida, and A Juansa, *Metode Penelitian Kuantitatif* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)  
<<https://books.google.co.id/books?id=P7OpEAAAQBAJ>>
- Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M E, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah* (Merdeka Kreasi Group, 2022)
- Munfaqiroh, Siti, Rizal Kurnia Sandi, Lailatus Sa'adah, and Lidia Andiani, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi', *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 11.02 (2023), 148–61  
<<https://doi.org/10.31102/equilibrium.11.02.148-161>>
- Nasruddin, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di Pt. Hadji Kalla Cabang Palopo', *Ekonomi*, 3.2 (2021), 19–27
- Nasution, Asrizal Efendy, and Muhammad Taufik Lesmana, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Di Kota Malang).', *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1.2654–6493 (2018)
- Oktavianus Pasaloran, '518-Article Text-1433-1-10-20191030.Pdf', *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 2001, 1–14

- Porter, Michael, E, “Keunggulan Bersaing: Menciptakan Dan Mempertahankan Kinerja Unggul”, *PT. Gramedia, Jakarta*, 4.2 (1993), 1–28
- Pratama, Fariz Aditya, ‘Analisis Strategi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo’ (IAIN Metro, 2020)
- RACHMAWATI, MAULIDINA ATIKAH, ‘Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Radio Swaragama Fm Dalam Menarik Minat Pendengar Yogyakarta’, 2021
- Ridwansyah, ‘Mengenai Istilah-Istilah Dalam Perbankan Syariah’ (Bandar Lampung: Anugrah Utama Raharja, 2012), p. 57
- Rifa’i, Achmad, ‘Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM’, *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.1 (2017)
- RIFKHAN, P A, *PEDOMAN METODOLOGI PENELITIAN DATA PANEL DAN KUESIONER* (Penerbit Adab) <<https://books.google.co.id/books?id=UN2vEAAAQBAJ>>
- Rifqi Suprpto, S.P.M.M., and S.E.M.S. M. Zaky Wahyuddin Azizi, *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN* (Myria Publisher) <<https://books.google.co.id/books?id=uHbJDwAAQBAJ>>
- Rukajat, A, *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)* (Deepublish, 2018) <<https://books.google.co.id/books?id=qy1qDwAAQBAJ>>
- Saeed, A, and A Maftuhin, *Menyoal Bank Syariah: Kritik Atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis* (Paramadina, 2004) <<https://books.google.co.id/books?id=UAFAEAAAQBAJ>>
- Saleh, Muhammad Yusuf & Miah Said, ‘Konsep Dan Strategi Pemasaran’ (Makassar: CV Sah Media, 2019), p. 12
- Sari, Sukarni Novita, ‘Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Obyek Wisata Kepulauan Seribu)’, *Majalah Ilmiah Bijak*, 13.1 (2018), 90–104 <<https://doi.org/10.31334/bijak.v13i1.53>>
- Saribu, Holfian Daulat Tambun, and Euodia Grace Maranatha, ‘Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi

- Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan’, *Jurnal Manajemen*, 6.1 (2020), 1–6
- Sartika, Lilis, and Nita Kanya, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan’, *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3.2 (2019), 218
- Septia Wati, Elia, and Muhammad Iqbal Fasa, ‘53 | Page Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Article Informations’, 7083.1 (2023), 53–62 <[www.scholar.google.com](http://www.scholar.google.com)>
- Setia, Reli, Ridwansyah Ridwansyah, and Erike Anggraeni, ‘Kontribusi Pembiayaan Mikro Dan Pembiayaan Implan Terhadap Laba Bersih Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Kalianda Era Covid-19’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.3 (2022), 3091–99
- Siligar, M, and A F Hidayah, ‘Strategi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Minat Nasabah:(Studi Kasus Pada Bprs Metro Madani Cabang Kalirejo)’, *Journal of Islamic Economis and Banking*, 2.1 (2023), 48 <<https://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/srikandi/article/view/3125%0Ahttps://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/srikandi/article/download/3125/1146>>
- Simatupang, Boto, ‘MARKET-BASED VIEW ( MBV ) DAN RESOURCE-BASED VIEW ( RBV ) TERHADAP STRATEGI DAN KINERJA PERUSAHAAN PEMBAHASAN Teori Market Based View ( MBV )’, *Binus Business Review*, 4.1 (2013), 322–30
- Sugiyono, ‘Metedologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D’ (Bandung: Alfabeta, 2011), p. 20
- Sugiyono, P D, ‘Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D’, *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225 (2017)
- Sunardi, Sunardi, and Sri Handayani, ‘Kualitas Pelayanan Dalam Islam Dan Kepercayaan Terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia’, *Islaminomic*, 4.3 (2013)
- Sunarta, D A, A Darwis, and M M S, *PENGANTAR METODOLOGI*

*PENELITIAN* (TOHAR MEDIA, 2023)  
<<https://books.google.co.id/books?id=Ix3eEAAAQBAJ>>

Tahlil, Muhammad, and H Z Syarafudin, 'Implementasi Pemasaran Produk BMT Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Di BMT Amanah Ummah)' (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013)

Tampi, E M F, H N Tawas, J G Poluan, Hendra N Tawas, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, and others, 'PADA PT . SULUH JAYA ABADI ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN INCREASING PRODUCT SALES AT PT . SULUH JAYA Jurnal EMBA Vol . 11 , No . 3 . Juli 2023 , Hal . 126-137', 11.3 (2023), 126-37

Usanti, Trisadini P, and Abd Shomad, *Transaksi Bank Syariah* (Bumi Aksara, 2022)

Wibowati, JanuarIda, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang', *Jurnal Manajemen*, 8.2 (2021), 15-31  
<<https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>>

Yuniati, Ulfa, 'Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan KPR Di BRI Syariah KCP Purbalingga' (IAIN Purwokerto, 2019)

