

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada BTM BiMU Muhammadiyah, Bandar Lampung)**



**Skripsi  
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh:  
AGUNG WICAKSONO  
NPM. 1451020150**

**Jurusan: Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1440 H/TAHUN 2018 M**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada BTM BiMU Muhammadiyah, Bandar Lampung)**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh:**

**Agung Wicaksono  
NPM. 1451020150**

**Jurusan: Perbankan Syariah**

Pembimbing I : Erike Anggraini, M.Sy., D.B.A  
Pembimbing II : Deki Fermansyah, M.Si

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1440 H/TAHUN 2018 M**

ABSTRAK  
PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada BTM BiMU Muhammadiyah, Bandar Lampung)

Oleh  
Agung Wicaksono

Hal yang menarik dari anggota BTM BiMU ialah perkembangan jumlah anggota yang mengalami penurunan cukup signifikan dari tahun 2012 sampai 2017. Dari tahun 2012 yang tercatat sebanyak 2541 orang hingga tahun 2017 menjadi 759 orang. Mengingat BTM BiMU telah menerapkan strategi “jemput bola”, penurunan ini seharusnya dapat dihindari oleh strategi pemasaran tersebut namun data yang ada tidak menunjukkan hasil yang baik dari strategi pemasaran tersebut, maka dari permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk menelitinya. Berdasar kepada permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Kepuasan Anggota BTM BiMU Muhammadiyah Bandar Lampung? Dan Bagaimana pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam? Dengan bertujuan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh strategi *relationship marketing* terhadap kepuasan anggota BTM BiMU Bandar Lampung.

Jenis penelitian lapangan (*field research*) dan sifat penelitian *assosiatif* dengan menggunakan data primer. Obyek penelitian ini di BTM BiMU Muhammadiyah Bandar Lampung dengan menggunakan *purposive sampling* dan jumlah responden sebanyak 90 orang menggunakan teknik slovin. Metode analisis data dengan menggunakan regresi linier sederhana, uji asumsi klasik, uji hipotesa (uji t) dan pengolahan data menggunakan bantuan aplikasi SPSS Versi 25.

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana, didapati persamaan regresi  $Y=14.279+1.246X$ , dan dari hasil uji t, variabel *relationship marketing* memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3.946 > 1.98729$  dan nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$ , maka  $h_a$  diterima yang artinya variabel *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota, serta hasil uji determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi atau *adjusted R Square* sebesar 56.0% variabel kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh variabel *relationship marketing*, dan sisanya 44.0% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. Sebagai saran yang berdasarkan jawaban distribusi responden dalam kuesioner, diharapkan agar BTM BiMU bisa meningkatkan penanganan konflik yang terjadi dengan memberikan pelayanan cepat tanggap dan juga lebih meningkatkan pelayanan yang terbaik guna mempertahankan kepercayaan dari setiap anggota atas nama baik BTM BiMU.

Kata kunci: *Relationship Marketing*, Kepuasan Nasabah, Pemasaran Konvensional, Pemasaran Perspektif Islam



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

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : PENGARUH *RELATIONSHIP* *MARKETING***  
**TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM**  
**PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada BTM**  
**BiMU Muhammadiyah, Bandar Lampung)**

**Nama Mahasiswa : Agung Wicaksono**

**NPM : 1451020150**

**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

Bandar Lampung, 13 Agustus 2018

Pembimbing I

Pembimbing II

**Erike Anggraini, M.E.Sv., D.B.A**

**NIP. 198208082011012009**

**Deki Fermansyah, M.Si**

**NIP. 198706042015031006**

**Mengetahui,**  
**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Ahmad Habibi, S.E., M.E**

**NIP. 197905142003121003**



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

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** disusun oleh: **Agung Wicaksono NPM: 1451020150** Jurusan: **Perbankan**

Syar'ah telah diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Senin, 29 Oktober 2018.**

TIM MUNAQASAH

Ketua : **H. Syamsul Hilal, M.Ag**

Sekretaris : **Ahmad Hazas Syarif, M.Ed**

Penguji I : **Prof. Dr. H. Suharto, S.H., M.A**

Penguji II : **Erike Anggraini, M.E.Sy., D.B.A**

DEKAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM



**Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag**  
NIP. 195808241989031003



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

*Alamat : Jl,Letkol.H. Endero Suratmin,Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Sukarame, Bandar Lampung*

---

---

**SURAT PERNYATAAN**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Wicaksono  
NPM : 1451020150  
Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada BTM BiMU Muhammadiyah, Bandar Lampung)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada pihak penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Bandar Lampung, 13 Agustus 2018  
Penyusun

**Agung Wicaksono**  
**NPM. 1451020150**