

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BPR
SYARIAH TANMIYA ARTHA KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh

INDRI ETRI HARYANTI
NIM. 3223103029

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) TULUNGAGUNG
2014**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BPR
SYARIAH TANMIYA ARTHA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung untuk
memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata
Satu Perbankan Syariah



Oleh

INDRI ETRI HARYANTI
NIM. 3223103029

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
(IAIN) TULUNGAGUNG
JUNI 2014**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Nasabah memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri” yang ditulis oleh Indri Etri Haryanti ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Tulungagung, 15 Juni 2014
Pembimbing,

Sri EkaAstutiningsih, SE., MM
NIP.19698227 200003 2 002

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Nasabah memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri” yang ditulis oleh Indri Etri Haryanti, ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari tanggal Juli 2014, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu Perbankan Syariah.

Dewan Penguji Skripsi

Ketua

Sekretaris

Sri Eka Astutiningsih, SE.,MM
NIP. 19690827 200003 2 001

Sri Dwi Estiningrum, SE.,Ak.MM
NIP. 19720908 200710 2 001

Penguji Utama

Dr. Agus Eko Sujianto, SE.,MM
NIP. 19710807 200501 1 003

Tulungagung, Juli 2014

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

H. DEDE NUROHMAN, M.AG
NIP. 197112182002121003

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya mungil ini. Untuk belahan jiwaku bidadari surgaku yang tanpamu aku bukanlah siapa-siapa di dunia fana ini Ibuku tersayang (almh. Suyati) serta orang yang menginjeksikan segala idealisme, prinsip, edukasi dan kasih sayang berlimpah dengan wajah datar menyimpan kegelisahan ataukah perjuangan yang tidak pernah kuketahui, namun tenang temaram dengan penuh kesabaran dan pengertian luar biasa Ayahandaku tercinta (alm. Soekamto) yang telah memberikan segalanya untukku.

Kepada Kakakku (Rinda Yuliani) dan (Rangga) terimakasih tiada tara atas segala support yang telah diberikan selama ini.

Kepada teman-teman seperjuangan khusus nyarekan-rekan PS “10” yang tak bisa tersebutkan namanya satu persatu terimakasih yang tiadatara kuucapkan.

Kepada Sahabat setiaku selamanya (Eka, Evi, Erna Ika, Arin) terimakasih atas supportnya baik itu moril&materil.

Terakhir, untuk Mas Gigih Nur Prantoko yang mendampingi hidupku, karena beliau saya bisa tegar untuk menjalani hidup yang penuh tantangan ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini membawa kebermanfaatan. Jika hidup bisaku ceritakan di atas kertas, entah berapa banyak yang dibutuhkan hanya untuk kuucapkan terimakasih.

MOTTO

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ
الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ
الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا
فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya :

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah di-perolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya.”

(Surat Al-Baqarah ayat 275)¹

¹Al Quran dan Terjemahan, Departemen Agama RI, (Bandung: CV Pustaka agung harapan, 2006), hal. 58.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan segenap rahmat, karunia serta hidayah-Nya, khususnya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri”. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu diharapkan syafaatnya di hariakhir nanti, tak lupa kepada keluarga dan para sahabat atau orang-orang yang mengikuti jejaknya.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi syariah bagi mahasiswa program S1 pada Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Selesainya skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga dengan rendah hati penulis hanya bias mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik berupa moril maupun materiil, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Maftukhin ,M.Ag selaku Ketua IAIN Tulungagung yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengumpulkan data sebagai bahan penulisan laporan penulisan penelitian ini.

2. Ibu Sri Eka Astutiningsih, SE,MM selaku dosen Pembimbing yang juga telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian dapat diselesaikan.
3. Para Dosen IAIN Tulungagung khususnya Jurusan FEBI Program Perbankan Syariah yang telah membekali dengan pengetahuan serta wawasan yang cukup kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan kegiatan akademik sampai penyusunan skripsi ini sebagai tugas akhir akademik.
4. Ibu Nunuk Sulistiyowati., selaku Manager BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri yang telah memberikan izin peneliti untuk mengadakan penelitian. Serta seluruh nasabah BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri yang telah membantu peneliti dalam mengadakan penelitian.
5. Ayah dan Ibu sebagai insan pemberi nafkah dan selalu memberi bantuan spritual moral dan finansial.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas segala bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung demi terselesaikannya penulisan ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa menuntun kita kejalan yang diridhoi. Akhir kata, peneliti berharap semoga hasil penelitian yang tertuang dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan perusahaan pada khususnya.

Tulungagung, 11 Juni 2014

Penulis,

INDRI ETRI HARYANTI
NIM: 3223103029

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan	iii
Persembahan	iv
Halaman Motto.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Hipotesis Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	11
G. Penegasan Istilah	12
H. Sistematika Skripsi.....	14
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	16
1. Pengertian Pemasaran	16
2. Tujuan Pemasaran	17
B. Bauran Pemasaran	18
1. Produk	19
2. Harga	23
3. Tempat.....	26

4. Promosi	28
C. Keputusan Nasabah	31
1. Pengertian Nasabah	31
2. Sebab-Sebab Nasabah Kabur	33
3. Model Perilaku Konsumen.....	34
4. Proses Keputusan Pembelian	38
D. Pemasaran Syariah	40
1. Pengertian Pemasaran syariah.....	40
E. Tabungan Wadi'ah	45
F. BPR (Bank Pengkreditan Rakyat)	47
1. Sejarah Berdirinya BPR Islam	47
2. Dasar Pemikiran Beroperasinya BPR Islam	49
3. Tujuan dan Strategi Usaha BPR Islam.....	49
4. Konsep Dasar dan Kegiatan Operasional BPR Islam di Indonesia	50
G. Kajian Terdahulu.....	54
H. Kerangka Berfikir.....	59
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	63
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran Penelitian	65
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	67
E. Teknik Analisis Data.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Obyek Penelitian	79
B. Profil Responden	83
C. Karakteristik Responden	84
D. Deskripsi Data Penelitian.....	86
E. Uji Validitas dan Reabilitas	95
F. Uji Normalitas	97
G. Uji Asumsi Klasik	99

H. Uji Regresi Linier Berganda	101
I. Koefisien Determinasi (R)	103
J. Uji Hipotesis	104
K. Pembahasan.....	108
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	114
B. Saran-saran.....	115
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Perkembangan Nasabah BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri	6
3.1 Instrumen Penelitian.....	70
4.1 struktur Organisasi BPR Syariah Tanmiya Artha	84
4.2 Jenis Kelamin Responden	85
4.3 Usia Responden.....	85
4.4 Pekerjaan Responden	86
4.5 Hasil Uji Validitas.....	94
4.6 Hasil Reliabilitas	95

DAFTAR GAMBAR

2.1 Empat Komponen dalam Bauran Pemasaran	31
2.2 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	38
2.3 Kerangka berfikir	60
4.1 Output Frequency	86
4.2 Frequency Tabel Produk	90
4.3 Frequency Tabel Harga	91
4.4 Frequency Tabel Tempat.....	92
4.5 Frequency Tabel Promosi	93
4.6 Frequency Tabel Peningkatan Jumlah Nasabah.....	94
4.7 Hasil Normalitas Data	98
4.8 Hasil Multikolinieritas.	99
4.9 Hasil Uji Heteroskedasitisitas	100
4.10 Hasil Uji Regresi	101
4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	103
4.12 Hasil Uji t	105
4.13 Hasil Uji F	107

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Pertanyaan Kuisisioner
2. Data Jawaban Responden
3. Output Frequencies
4. Frekuensi Tabel
5. Uji Variabel
6. Uji Reabilitas
7. Uji Normalitas
8. Uji Asumsi Klasik
9. Uji Koefisien Determinasi
10. Uji Regresi Berganda
11. Uji t
12. Uji F
13. Surat Ijin Penelitian
14. Surat Keterangan Penelitian
15. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
16. Daftar Riwayat Hidup
17. Bukti Konsultasi
18. Rekap Konsultasi Bimbingan Skripsi

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri”, ini ditulis oleh Indri Etri Haryanti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah dibimbing oleh Sri Eka Astutiningsih, SE,MM

Kata Kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Keputusan Nasabah

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya lembaga keuangan baik bank konvensional ataupun syariah maka BPR Tanmiya Artha perlu memasarkan terus produk-produknya. Proses bauran pemasaran sangat penting dilakukan oleh lembaga keuangan untuk menunjukkan keberadaanya sebagai lembaga keuangan bank kepada masyarakat. Hal ini disebabkan banyaknya masyarakat yang belum mengenal dan mengetahui produk-produk yang dikembangkan perbankan syariah dan sistem yang diterapkan dalam perbankan syariah. 1) Apakah produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri ? 2) Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri? 3) Apakah tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri ? 4) Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri ? 5) Apakah produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri ?

Jenis penelitian yang digunakan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan *wadi'ah* BPR Syariah Tanmiya Artha yang berjumlah 532 responden. Teknik sampling yang digunakan Simple Random Sampling. Sampel penelitiannya adalah 85 responden.

Hasil penelitiannya adalah 1) Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka diketahui bahwa produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai sebesar 0,301 dengan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. 2) Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka diketahui bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai sebesar -0,201 dengan tingkat signifikan sebesar $0,102 > 0,05$. 3) Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa tempat secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai sebesar 0,183 dengan tingkat signifikan sebesar $0,129 > 0,05$. 4) Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai sebesar 0,262 dengan tingkat signifikan sebesar $0,005 < 0,05$. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa promosi memiliki kecenderungan dapat mempengaruhi keputusan nasabah. 5) Dalam nilai F hitung sebesar 6,232 serta signifikansi 0,000, yang menunjukkan hasil signifikansi lebih kecil dari alpha 0,05. Jadi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara produk, harga, tempat dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri.