

**PENGARUH PERAN *CUSTOMER SERVICE* DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH  
PADA BTM MENTARI NGUNUT**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**RENY ALFIATUL AZIZAH**

**NIM. 3223113078**

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

**2015**

**PENGARUH PERAN *CUSTOMER SERVICE* DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH  
PADA BTM MENTARI NGUNUT**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Tulungagung  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Strata Satu Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy)



**OLEH**

**RENY ALFIATUL AZIZAH**

**NIM. 3223113078**

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

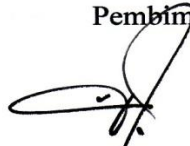
**2015**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Peran *Customer Service* dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BTM Mentari Ngunut” yang ditulis oleh Reny Alfiatul Azizah, NIM. 3223113078 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Tulungagung, Juni 2015

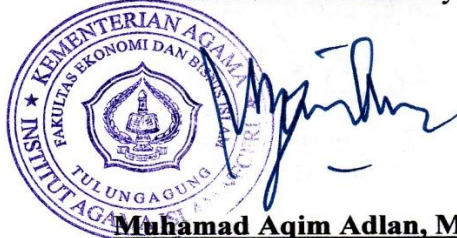
Pembimbing,



**Drs. H. Mashudi, M.Pd.I**  
NIP. 19690131 200112 1 003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



**Muhamad Aqim Adlan, M.E.I**  
NIP. 19740416 200801 1 008

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Peran *Customer Service* dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BTM Mentari Ngunut” yang ditulis oleh Reny Alfiatul Azizah, NIM. 3223113078 ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 15 Juni 2015 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy)

### Dewan Penguji

Ketua/Penguji :

Muhamad Aqim Adlan, M.E.I  
NIP. 19740416 200801 1 008

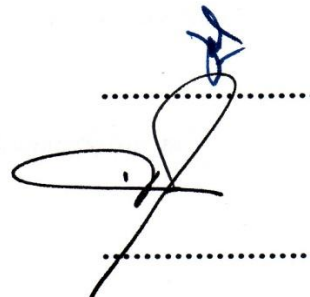
Tanda Tangan



.....

Penguji Utama :

Muhammad Aswad, MA  
NIP. 19750614 200801 1 009



.....

Sekretaris/Penguji :

Drs. H. Mashudi, M.Pd.I  
NIP. 19690131 200112 1 003

.....

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Tulungagung



Dede Nurrohman, M.Ag

NIP. 19711218 200212 1 003

## **PERSEMBAHAN**

*Karya ini saya persembahkan untuk:*

*Bapak dan ibu tercinta,*

*terimakasih atas nasihat - nasihat dan kasih sayang yang telah diberikan. Engkau yang telah membimbing, mendidik, memotivasi serta selalu memberikan limpahan doa agar anakmu menjadi orang yang berguna dan menjadi sukses.*

*Adikku tercinta, terimakasih atas dukungan yang telah diberikan.*

*Semua pihak yang telah membantu tercapainya skripsi ini*

*Almamaterku :*

*Jurusan Perbankan Syariah*

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

*IAIN Tulungagung*

## MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِن حَوْلِكَ  
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ  
اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

*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. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.  
(QS. Ali 'Imran : 159)*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala karunianya sehingga laporan penelitian ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan umatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, bantuan, masukan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Maftukhin, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Bapak Prof. H. Imam Fu'adi, M.Ag. selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
3. Bapak Dede Nurrohman, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
4. Bapak Muhamad Aqim Adlan, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
5. Bapak Drs. H. Mashudi, M.Pd.I. sebagai pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian dapat terselesaikan.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen IAIN Tulungagung yang telah membimbing dan memberikan wawasannya sehingga studi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak Faisal selaku Manager BTM Mentari Ngunut Tulungagung yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian di tempat tersebut.

8. Bapak dan Ibu tersayang, Sudaroini dan Siti Mahmudah, atas segala dukungan, motivasi serta kasih sayang yang tiada ujung.
9. Adikku tercinta, Aulia Syafaatul Udhma yang telah memberikan dukungan.
10. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan laporan ini.

Dengan penuh harap semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah SWT dan tercatat sebagai amal shalih. Akhirnya, karya ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca dengan harapan adanya saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga karya ini bermanfaat bagi berbagai pihak dan mendapat ridha Allah SWT.

Tulungagung, Mei 2015

Penulis

Reny Alfiatul Azizah



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
 <b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	8
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	9
F. Penegasan Istilah .....	9
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	11

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Kerangka Teori .....	13
1. <i>Customer Service</i> .....	13
2. Promosi .....	19
3. Keputusan Menjadi Nasabah .....	29
4. BMT .....	38
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	41
C. Kerangka Konseptual .....	44
D. Hipotesis Penelitian .....	45

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	46
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian .....	46
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	48
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	51
E. Teknik Analisis Data .....	52
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
2. Uji Normalitas .....	54
3. Uji Asumsi Klasik .....	55
4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
5. Pengujian Hipotesis .....	57
a. Uji t .....	58
b. Uji F .....	59
6. Koefisien Determinasi .....	60

## **BAB IV : PEMBAHASAN**

A. Profil Lembaga .....	61
B. Hasil Penelitian .....	63
C. Pembahasan .....	80

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	30
Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual .....	44
Gambar 4.1 : <i>Normal P-P Plot</i> untuk Variabel Peran <i>Customer service</i> .....	67
Gambar 4.2 : <i>Normal P-P Plot</i> untuk Variabel Promosi .....	67
Gambar 4.3 : <i>Normal P-P Plot</i> untuk Variabel Keputusan Menjadi Nasabah .....	68
Gambar 4.4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Instrumen Penelitian .....	50
Tabel 4.1	: Hasil Uji Validitas .....	63
Tabel 4.2	: Hasil Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4.3	: Keputusan Uji Normalitas Data .....	66
Tabel 4.4	: Hasil Uji Multikolinieritas .....	69
Tabel 4.5	: Hasil Uji Autokorelasi .....	70
Tabel 4.6	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	71
Tabel 4.7	: Hasil Uji Korelasi untuk Variabel Peran <i>Customer Service</i> .....	74
Tabel 4.8	: Hasil Uji Korelasi untuk Variabel Promosi .....	76
Tabel 4.9	: Hasil Uji F (Simultan) .....	77
Tabel 4.10	: Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	79

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Jawaban Responden

Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 : Uji Linearitas

Lampiran 5 : Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 6 : Analisis Korelasi

Lampiran 7 : t-Tabel

Lampiran 8 : F-Tabel

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Influence of Role Customer Service and Promotion to Customer's Decision at BTM Mentari Ngunut" was written by Reny Alfiatul Azizah, NIM. 3223113093, supervising Drs. H. Mashudi, M.Pd.I.*

*The background of this research is the role of customer service as a liaison between the bank and the people which are expected to provide satisfactory service to that it can affect people's decision to become a customer. BTM Mentari Ngunut as an institution that recently born, it is necessary for promotion to introduce to the public in order to attract the attention of prospective customers and also retain existing customers. In making decisions as customers which bank user choose from a variety of alternatives increments that have been offered by some banks in according with the theirs wants and needs.*

*The problems of study are (1) What is the role of customer service significantly influence a customer's decision on the BTM Mentari Ngunut ? (2) Is the promotion significantly influence a customer's decision on the BTM Mentari Ngunut ? (3) Is the role of customer service and promotion jointly significant affect on a customer's decision on the BTM Mentari Ngunut ?.As for the purpose of this study was to explain relationship the role of customer service and promotion to the decision to become a customer at BTM Mentari Ngunut and how significant the state of the relationship.*

*The study is quantitative research. The object of this study is customers of BTM Mentari Ngunut. Method of collected data by using questionnaire method. This study use sampling technique probability sampling and the size of the sample used is 100 people. Data analysis method used are validity and reliability, normality test, classic assumption test, multiple linier regression analysis, t test and F test, as well as the coefficient of determination.*

*The result showed that there was a significant positive relationship between the role of customer service and promotion to a customer's decision on BTM Mentari Ngunut. Results calculated based F test obtained significant value of 0,000 is less than 0,05. it indicated that  $H_0$  is rejected and accept  $H_a$ . At  $R^2$  obtained a value of 59,1%, which means that a customer's decision was influenced by the role of customer service and promotion of 59,1% and the remaining 40,9% is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keyword : Customer Service, Promotion, Customer's Decision.**

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Peran *Customer Service* dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BTM Mentari Ngunut” ini ditulis oleh Reny Alfiatul Azizah, NIM 3223113078, pembimbing Drs. H. Mashudi, M.Pd.I.

Latar belakang dalam penelitian ini adalah peran *customer service* yang sebagai penghubung antara bank dengan masyarakat yang diharapkan mampu memberikan pelayanan yang memuaskan sehingga dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah. BTM Mentari Ngunut sebagai lembaga yang belum lama lahir, maka diperlukan adanya promosi untuk memperkenalkan kepada masyarakat guna menarik perhatian para calon nasabah dan juga mempertahankan nasabah yang sudah ada. Dalam membuat keputusan nasabah yang sebagai pengguna jasa bank memilih dari berbagai alternatif pilihan yang telah ditawarkan oleh beberapa bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah peran *customer service* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada BTM Mentari Ngunut ? (2) Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada BTM Mentari Ngunut ? (3) Apakah peran *customer service* dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada BTM Mentari Ngunut ?. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan peran *customer service* dan promosi terhadap keputusan untuk menjadi nasabah pada BTM Mentari Ngunut dan seberapa signifikan keadaan hubungan tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah nasabah BTM Mentari Ngunut. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode angket. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dan besarnya sampel yang digunakan adalah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F, serta koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara peran *customer service* dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah pada BTM Mentari Ngunut. Hasil hitung berdasarkan uji F nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Pada  $R^2$  diperoleh nilai sebesar 59,1%, yang artinya keputusan menjadi nasabah dipengaruhi oleh peran *customer service* dan promosi sebesar 59,1% dan sisanya 40,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : *Customer Service*, Promosi, Keputusan Menjadi Nasabah.**