



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *RELATIONSHIP*
MARKETING, *CORPORATE SOCIAL RESPOSIBILITY*
MELALUI KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(STUDI KASUS PADA
PT.BPR SYARIAH ARTHA MAS ABADI MARGOYOSO PATI)**

Oleh :

NUR JAMILATUL MILA

2015-11-419

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *RELATIONSHIP*
MARKETING, *CORPORATE SOCIAL RESPOSIBILITY*
MELALUI KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(STUDI KASUS PADA
PT.BPR SYARIAH ARTHA MAS ABADI MARGOYOSO PATI)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh :
NUR JAMILATUL MILA
2015-11-419

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *RELATIONSHIP*
MARKETING, CORPORATE SOCIAL RESPOSIBILITY
TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN
NASABAH (STUDI KASUS PADA
PT.BPR SYARIAH ARTHA MAS ABADI MARGOYOSO PATI)**



Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 26 Februari 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I

(Dina Lusianti, SE. MM. AAK.)
NIDN. 0630098401

(Dr. H. Mochammad Edris, Drs.MM.)
NIDN. 0618066201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II



(Dr. H. Mochammad Edris, Drs, MM.)
NIDN. 0618066201

(Iwan Suroso, SE, MM)
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Sesungguhnya dibalik kesulitan terdapat kemudahan.

(Al Insyirah : 5)

Rahasia kesuksesan yaitu mengetahui sesuatu yang orang lain tidak diketahui.

(Aristotle C.)

Persembahan :

1. Bapak dan ibu yang ku sayangi
2. Semua keluargaku
3. Teman-teman seperjuanganku
4. Almamaterku UMK

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas Rahmat, Taufik serta Inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing*, *Corporate Social Responsibility* Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Margoyoso Pati)”** sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Saat proses penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dengan penuh kesabaran selama proses penulisan skripsi.
2. Dina Lusianti, SE, MM, AAK., sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Iwan Suroso, SE. MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.

5. Staff Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang pelayanan yang baik dan memudahkan penulis.
6. Seluruh responden yang merupakan nasabah PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati yang telah berkenan mengisi keusioner dan menjawab pertanyaan penulis.
7. Kedua orang tua serta seluruh keluarga saya yang senantiasa memberikan bantuan do'a dan semangat sehingga skripsi ini telah selesai.
8. Teman-teman saya yang selalu ada membantu saya serta seluruh pihak yang telah memberikan bantuan saat penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis bersedia menerima kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat adanya bagi para pembaca.

Kudus, 26 Februari 2020
Penulis,



Nuri Jamilatul Mila
NIM 2015-11-149

ABSTRAKSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *RELATIONSHIP MARKETING*,
CORPORATE SOCIAL RESPOSIBILITY MELALUI KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS PADA
PT.BPR SYARIAH ARTHA MAS ABADI MARGOYOSO PATI)**

Nur Jamilatul Mila

2015-11-419

**Pembimbing : 1. Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM.**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini mengambil obyek pada responden PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Margoyoso Pati. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan, *relationship marketing* dan *corporate social responsibility* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Margoyoso Pati. Dalam penelitian ini, variabe yang digunakan adalah variabel independen terdiri dari kualitas pelayanan, *relationship marketing* dan *corporate social responsibility*, serta variabel dependen adalah kepuasan dan loyalitas nasabah. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner berisi tentang daftar pertanyaan yang disampaikan langsung kepada respoden. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 105 responden.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program (SEM) *Structual Equatuion Modeling* melalui program AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, *relationship marketing* dan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah maupun terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan, *relationship marketing* terhadap positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah, serta *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.

Kata kunci: kualitas pelayanan, *relationship marketing*, *corporate social responsibility*, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

ABSTRACT

INFLUENCE OF QUALITY OF SERVICE, RELATIONSHIP MARKETING, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION OF CUSTOMER LOYALTY (CASE STUDY AT PT.BPR SYARIAH ARTHA MAS ABADI MARGOYOSO PATI)

Nur Jamilatul Mila

2015-11-419

**Supervisor : 1. Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM.**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT

This study takes the object of respondents PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Margoyoso Pati. This study aims to analyze the quality of service, marketing relationship and corporate social responsibility towards customer satisfaction and loyalty of PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Margoyoso Pati. In this study, the variables used are independent variables consisting of service quality, relationship marketing and corporate social responsibility, and the dependent variable is customer satisfaction and loyalty. Data collection method used is a questionnaire method containing a list of questions submitted directly to respondents. In this study used a sample of 105 respondents.

Analysis of the data in this study used the Structural Equation Modeling (SEM) program through the AMOS 24 program. The results showed that service quality, marketing relationship and corporate social responsibility had a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty. Service quality, marketing relationship to the positive and significant impact on customer loyalty through customer satisfaction, and corporate social responsibility has no influence on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *service quality, relationship marketing, corporate social responsibility, customer satisfaction and customer loyalty.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kualitas Pelayanan	11
2.2. <i>Relationship Marketing</i>	16
2.3. <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
2.4. Kepuasan Nasabah	27
2.5. Loyalitas Nasabah	30
2.6. Penelitian Terdahulu.....	34
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.8. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Rancangan Penelitian	43
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.3. Jenis dan Sumber Data	48
3.4. Populasi dan Sampel	49

3.5. Pengambilan Data.....	50
3.6. Uji Instrumen.....	50
3.7. Pengolahan Data.....	51
3.8. Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	59
4.2. Deskripsi Responden.....	68
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	70
4.4. Uji Validitas Data.....	75
4.5. Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	83
4.6. Analisis Konfirmatori Full Model	84
4.7. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	87
4.8. Pembahasan.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1. Kesimpulan.....	107
5.2. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	70
Tabel 4.4. Standar Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	71
Tabel 4.5. Standar Deskriptif Variabel <i>Relationship Marketing</i>	72
Tabel 4.6. Standar Deskriptif Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> .	72
Tabel 4.7. Standar Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah.....	73
Tabel 4.8. Standar Deskriptif Variabel Loyalitas Nasabah.....	74
Tabel 4.9. <i>Standarized Regression Weight</i> Kualitas Pelayanan.....	76
Tabel 4.10. <i>Standarized Regression Weight Relationship Marketing</i>	77
Tabel 4.11. <i>Standarized Regression Weight Corporate Social Responsibility</i>	78
Tabel 4.12. <i>Standarized Regression Weight</i> Kepuasan Nasabah.....	79
Tabel 4.13. <i>Standarized Regression Weight</i> Loyalitas Nasabah.....	80
Tabel 4.14. <i>Contruct Reliability</i>	82
Tabel 4.15. <i>Variable Extrated</i>	82
Tabel 4.16. Uji Normalitas Data.....	83
Tabel 4.17. Mahalanobis d-squared.....	84
Tabel 4.18. Uji Full Model <i>goodness of fit</i> SEM.....	86
Tabel 4.19. Uji Full Model <i>goodness of fit</i>	87
Tabel 4.20. Uji model <i>goodness of fit</i>	79
Tabel 4.21. Hasil Pegujian Hipotesis.....	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	40
Gambar 3.1. Full Model SEM	57
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi	62
Gambar 4.2. Analisis <i>Full Measurement</i>	75
Gambar 4.3. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM)	85

