



**ANALISIS NILAI NASABAH, KEUNGGULAN PRODUK,
LOYALITAS NASABAH TERHADAP *CUSTOMER*
*RELATIONSHIP MARKETING***

(STUDI KASUS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCU KUDUS)

Diajukan Oleh :

AMELIA UTAMI

NIM. 2010.11.190

**PROGRAM STUDY MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2014**



**ANALISIS NILAI NASABAH, KEUNGGULAN PRODUK,
LOYALITAS NASABAH TERHADAP *CUSTOMER*
RELATIONSHIP MARKETING
(STUDI KASUS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCU KUDUS)**

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

Diajukan Oleh :

**AMELIA UTAMI
NIM. 2010.11.190**

**PROGRAM STUDY MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2014**

**ANALISIS NILAI NASABAH, KEUNGGULAN PRODUK,
LOYALITAS NASABAH TERHADAP *CUSTOMER*
*RELATIONSHIP MARKETING***

(STUDI KASUS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCU KUDUS)

Skripsi ini diajukan untuk dipertahankan dihadapan tim penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, Juni 2014

Mengetahui,

Ka.Progdi Manajemen

Dosen Pembimbing I



**Noor Azis,SE.MM
NIP. 0610702010101179**

**Dr. Drs. Sukirman, S.Pd, SH, MM
NIP. 195609071977031003**

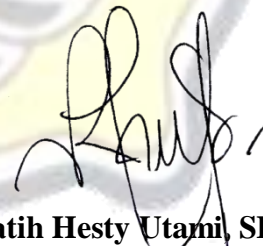
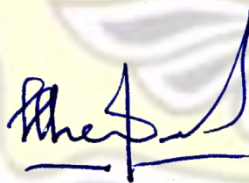
Mengetahui

Dekan

Dosen Pembimbing II



**Dr. Drs. H. Otonomad Edris, MM
NIS. 0610702010101021**



**Ratih Hesty Utami, SE, MM
NIP. 0610701000001205**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bila berani bermimpi tentang sukses berarti anda sudah memegang kunci kesuksesan hanya tinggal berusaha mencari lubangnya kuncinya untuk membuka gerbang kesuksesan.

Ku persembahkan skripsi ini untuk :

1. Papa Afandi Dan Mama Ratu Dini Subandiah, Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan do'anya
2. Adek Mutia Andriani Dan Fanny Wulandari Saudara-Saudaraku yang selalu support aku
3. Kakek Raden Achian , Mamih Ratu Elifah, Ayah dr. Mochammad Achyat, Om Achan, Om Marsono, Om Asari, Tante Asrofah, Tante Ning, Tante Ita, Mbah Katun dan keluargaku yang selalu memberikan doa dan dorongan untuk aku.
4. Terima kasih utuk pacar aku Intan Citra Sulistyو yang selalu memberikan dorongan dan motivasi maupun doa untuk aku.
5. Almameter UMK tercinta

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Nilai Nasabah, Keunggulan Produk, Loyalitas Nasabah Terhadap Customer Relationship Marketing (Studi Kasus Nasabah Pada PT.Bank Syariah Mandiri KCU Kudus)”.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat yang harus dilengkapi oleh setiap Mahasiswa untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada mereka yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini :

1. Bapak Dr.Drs.H.Mochamad Edris,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus
2. Dr. Drs. Sukirman, S.pd, SH, MM selaku dosen pembimbing I dan Ratih Hesty Utami, SE,MM Pembimbing II yang telah membimbing penulis sehingga selesainya skripsi ini.
3. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmunya kepada penulis

4. Keluargaku tercinta yang selalu memberikan dukungan, tanpa mereka penulis tidak berarti apa-apa, terima kasih untuk pengertian dan pengorbanan.
5. Kekasihku tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat
6. Teman – teman manajemen kelas A dan teman – teman KKN desa wandan kemiri yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk penyusunan skripsi ini hingga akhir
7. Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KCU Kudus yang telah meluangkan waktunya mengisi kuesioner
8. Semua pihak yang telah membantu dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Semoga amal mereka mendapatkan balasan yang setimpal dan menjadi amal sholeh. Akhirnya penulis mengharapkan masukan demi kesempurnaan penelitian yang akan datang.

Kudus, Juni 2014

Penulis

AMELIA UTAMI

ABSTRAKSI

ANALISIS NILAI NASABAH, KEUNGGULAN PRODUK, DAN LOYALITAS NASABAH TERHADAP CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP PERBANKAN SYARIAH

(STUDI KASUS PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCU KUDUS)

NAMA : Amelia Utami

NIM : 2010 11 190

Pembimbing 1: Dr. Drs. Sukirman, S.Pd, SH, MM

2 : Ratih Hesty Utami, SE,MM

Situasi persaingan perbankan yang semakin tajam dewasa ini, perusahaan dihadapkan pada masalah Customer relationship marketing yang dapat dihasilkan oleh suatu keunggulan produk perbankan syariah.

Strategi yang dilakukan oleh bank syariah melalui strategi bauran pemasaran. Kebijakan produk, harga, promosi, tempat dan saluran distribusi, pelayanan pegawai, proses pelayanan, dan bentuk fisik kantor bank syariah itu sendiri. Sehingga dari bauran pemasaran tersebut nasabah dapat terpengaruh untuk mau berhubungan dengan bank syariah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Menganalisis Nilai Nasabah terhadap Customer Relationship Marketing (2) Menganalisis keunggulan produk (product advantage) terhadap Customer Relationship Marketing (3) Menganalisa Loyalitas Nasabah terhadap Customer Relationship Marketing (4) Menganalisa pengaruh Nilai Nasabah, keunggulan produk dan loyalitas nasabah terhadap customer relationship marketing secara bersama-sama.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi adalah seluruh nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCU Kudus. Penelitian populasi dengan mengambil sampel 222 dan 500 populasi sementara (observasi tanggal 2 April - 12 Juni 2014). Teknik pengumpulan data variabel dengan menggunakan metode angket dan dokumentasi. Angket sebelum dipergunakan terlebih dahulu diuji cobakan dengan mengambil sampel sebanyak 30 konsumen. Rumus korelasi product moment digunakan untuk menguji validitas dari 18 item pertanyaan angket semuanya valid. Rumus alpha digunakan untuk menguji reabilitas angket untuk semua variabel, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan lulus uji reabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan : pengujian seara parsial diketahui bahwa variabel nilai nasabah, keunggulan produk, dan loyalitas nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel customer relationship marketing pada perbankan syariah KCU Kudus

Daftar buku dan jurnal yang digunakan : 38 (Tahun 19990-2013)

Kata Kunci : nilai nasabah, keunggulan produk, loyalitas nasabah dan customer relationship marketing



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Nama Amelia Utami, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : “**Analisis Nilai Nasabah, Keunggulan Produk, Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Customer Relationship Marketing Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kcu Kudus)**” adalah hasil tulisan sendiri. Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang diambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, diakui seolah-olah sebagai tulisan sendiri, tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang disalin, tiru, atau yang diambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini menyatakan menarik skripsi yang diajukan sebagai hasil tulisan sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal terima.

Kudus, Juni 2014

Yang membuat pernyataan,

(AMELIA UTAMI)

NIM : 2010.11.190

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	15
1.3. Perumusan Masalah.....	15
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1. Pemasaran Jasa dalam konteks pemasaran Relasional (<i>Relationship Marketing</i>)	18
2.2. Konsep inti dan tujuan pemasaran Relasional.....	22
2.3. Customer Relationship Marketing	25
2.4. Nilai Nasabah	36
2.5. Keunggulan Produk.....	39
2.6. Loyalitas Nasabah	43
2.7. Pengaruh Antar Variabel.....	52
2.8. Penelitian Terdahulu	54
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis	56
2.10. Hipotesis.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Rancangan Penelitian	58
3.2 Variabel Penelitian	59
3.3 Jenis Dan Sumber Data	62

3.4	Populasi Dan Sampel	62
3.5	Pengumpulan Data	64
3.6	Pengolahan Data.....	65
3.7	Analisis Data	66
BAB IV GAMBARAN LOKASI PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..		73
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	73
4.2.	Instrumen Penelitian.....	80
4.3.	Deskripsi Identitas.....	82
4.4.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	88
4.5.	Analisis Data	94
4.6.	Uji Parsial.....	99
4.7.	Uji Simulitan	101
4.8.	Uji Determinasi	104
4.9.	Pembahasan.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		109
5.1.	Kesimpulan.....	109
5.2.	Implikasi.....	110
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN.....		116

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Pemasaran Tradisional dengan relasional	19
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	54
Tabel 4.1 Hasil try out uji validitas	81
Tabel 4.2 Hasil try out uji Reliabilitas	82
Tabel 4.3 profil responden jenis kelamin.....	82
Tabel 4.4 profil responden umur.....	84
Tabel 4.5 profil responden pendidikan.....	85
Tabel 4.6 profil responden lama menjadi nasabah.....	86
Tabel 4.7 profil pekerjaan	87
Tabel 4.8 deskripsi nilai nasabah	89
Tabel 4.9 deskripsi keunggulan produk	91
Tabel 4.10 deskripsi loyalitas nasabah.....	92
Tabel 4.11 deskripsi customer relationship marketing	93
Tabel 4.12 Hasil Statistik deskriptif.....	95
Tabel 4.13 Hasil analisis regresi berganda.....	96
Tabel 4.14 Hasil analisis regresi berganda (uji t).....	98
Tabel 4.15 Hasil Uji simulitan	102
Tabel 4.16 Hasil koefisien determinasi (R ²).....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Modal Enam Pasar	18
Gambar 2.2 Kerangka Hipotesis	56
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi	80

