

**PENGARUH *COSTUMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN NILAI NASABAH
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PRODUK
TABUNGAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA
(KCP BARABAI)**

SKRIPSI

**OLEH
RESMAYANTI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2022/1444H**

**PENGARUH *COSTUMER RELATIONSHIP MARKETING* DAN NILAI NASABAH
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PRODUK
TABUNGAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA
(KCP BARABAI)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Untuk memenuhi sebagian Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana

Dalam Ilmu Ekonomi

OLEH

RESMAYANTI

NIM. 170101060273

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2022/1444H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Resmayanti
NIM : 170101060273
Tempat / Tgl. Lahir : Bangkal / 29 Agustus 1999
Jurusan / Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau tulisan orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal oleh hukum.

Barabai, 10 Mei 2022

Yang membuat pernyataan

Tanda tangan


Resmayanti

The image shows a yellow revenue stamp (Meterai Tempel) with a value of 10,000. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and 'BADAJX867041612'. A handwritten signature is written over the stamp.

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : **PENGARUH COSTUMER RELATIONSHIP
MARKETING DAN NILAI NASABAH TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PRODUK TABUNGAN PADA
BANK SYARIAH INDONESIA**

Ditulis oleh : Resmayanti
NIM : 170101060273
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Perbankan Syariah
Tahun Akademik : 2017
Tempat dan tanggal lahir : Barabai, 29 Agustus 1999
Alamat : Desa Bangkal RT/RW 003/002. KEC LAS. KAB HST.

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk di pertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Banjarmasin, 20 April 2022
Pembimbing I



H. Badrian, S. Ag., M. Ag.
NIP 197307171997031002

Mengetahui
Ketua Program Studi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Antsari Banjarmasin,



Sayyid M. Si.
NIP 198305262011012007

PENGESAHAN

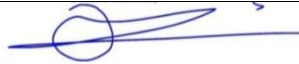
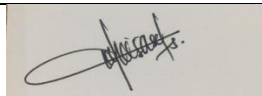
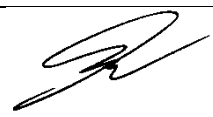
Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Costumer Relationship Marketing* dan Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Pada Bnak Syariah Indonesia” ditulis oleh Resmayanti, telah diujikan dalam sidang Tim penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 12 Juli 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



DR. H. SUKARNI, M. Ag
NIP 196304171991021001

Nama	Tanda Tangan
H. Badrian, M.Ag.	
Annisa Sayyid, S.H.I., M.S.I.	
Dr. Radiansyah, S.Ag., M.Pd.I	
Atika Zahra Maulida, S.H.I., M.S.I.	

ABSTRAK

Resmayanti. 2022. *Pengaruh Costumer Relationship Marketing dan Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Pada Bnak Syariah Indonesia.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing : Badrian, M.Ag.,

Kata Kunci : *Costumer Relationship Marketing*, Nilai Nasabah, Loyalitas Nasabah.

Customer Relationship Marketing, nilai nasabah dan loyalitas nasabah merupakan modal bagi kesuksesan pemasaran marketing perusahaan Bank dalam jangka panjang dan merupakan sebuah cara yang efektif dalam menciptakan loyalitas nasabah.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh berkembang pesatnya minat masyarakat pada Bank Syariah dan untuk mengetahui pengaruh *customer relationship marketing* dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barabai. Perbedaan utama antara bank umum dan bank syariah terletak pada sistem pemberian imbalan atau jasa dari dana. Bank syariah tidak menggunakan sistem bunga dalam menentukan imbalan atas dana yang digunakan atau dititipkan oleh suatu pihak. Dan dari sanalah minat masyarakat pada Bank Syariah mulai meningkat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah nasabah dari Bank Syariah Indonesia KCP Barabai.

Berdasarkan hasil penelitian variabel X1 *customer relationship marketing* di dapatkan nilai sig. = 0.008 (Nilai Sig. < 0,05) lebih kecil dari 0,05, yang artinya secara parsial variabel *customer relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat loyalitas nasabah. Variabel X2 nilai nasabah didapatkan nilai sig. = 0.001 (Nilai Sig. < 0,05) lebih kecil dari 0,05, yang artinya secara parsial variabel nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat loyalitas nasabah.

MOTTO

“Allah tidak akan menguji hamba-Nya diluar kemampuannya”

Jangan lupa

Ikhtiar

Do'a

Sholawat

Tawakkal

SEMANGAT SEMANGAT SEMANGAT!!!

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan
doa Karya yang sederhana ini untuk:

Mama (Hj. Herliani) dan Abah (H. Syaifuddin) (Firhasyah ALM) tercinta,
Adek-adekku tercinta (Asqia Raihanie dan Aisha Mahfuzah), semua keluarga besarku dan
teman-teman seperjuangan kuliah mulai semester awal sampai semester akhir.

Yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih
sayang Yang tulus dan tiada ternilai besarnya
Terima kasih...

Semoga Allah memudahkan segala urusan kalian dan selalu dilimpahkan segala keberkahan dan
kesehatan. Aamiin.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sīn	s	es
ش	syīn	sy	es dan ye

ص	ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fā'	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en
و	wāw	w	w
هـ	hā'	h	ha
ء	hamzah	ﺀ	apostrof
ي	yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	ditulis	<i>Muta‘addidah</i>
عدة	ditulis	<i>‘iddah</i>

C. *Tā’ marbūṭah*

Semua *tā’ marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun

berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>‘illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----◌-----	Fathah	ditulis	<i>A</i>
-----◌-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----◌-----	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa‘ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>ā</i>
جاهليّة	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + ya’ mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + ya’ mati	ditulis	<i>ī</i>
كَرِيم	ditulis	<i>karīm</i>

4. Dammah + wawu mati فروض	ditulis	<i>ū</i>
	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati بينكم	ditulis	<i>ai</i>
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati قول	ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنَنْشُكِّرَنَّكُمْ	ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآنُ	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
الْقِيَاسُ	ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءُ	ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشَّمْسُ	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوالفروض	ditulis	<i>Żawi al-furūd</i>
أهل السنّة	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat, kemuliaan hati, keagungan sifat, keberkahan kesehatan yang diberikan, kesempatan waktu dan kemudahan yang ia berikan dalam menyusun skripsi ini yang tidak dapat diuraikan satu persatu atas nikmat yang Allah telah berikan kepada penulis. Shalawat serta salam saya rangkai dan hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Tabungan pada Bank Syariah Indonesia KCP Barabai”

Berbagai upaya yang telah dilakukan tidak luput dari doa, orang tua, bimbingan, bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu hingga terselesaikannya skripsi ini, terutama kepada :

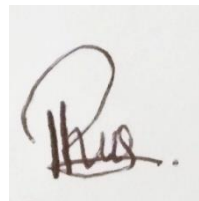
1. DR. H. Sukarni, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Annisa Sayyid, M.Si. dan Yusuf Ansyahri, SE, ME selaku ketua dan sekretaris program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. H. Badrian, S.Ag., M.Ag. selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari

Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Ibu dan Bapakku, terima kasih atas semua doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayang kalian tidak akan pernah aku lupakan.
7. Untuk semua teman-teman saya terutama Muhammad Azfar Riadi, Nadia Syafitri dan Asqia Sa'ida yang selalu memberikan perhatian dan motivasi dengan sangat tulus.

Penulis berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Semoga Allah SWT, membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan serta ridha dari Allah SWT, semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan hukum Islam, Aamiin.

Barabai, 3 Mei 2021

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Resmayanti', with a large, stylized initial 'R'.

Resmayanti

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Signifikansi Penelitian	4
E. Definisi operasional	5
F. Kajian pustaka	6
BAB II CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING, NILAI NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH	14
A. <i>Customer relationship marketing</i>	14
B. Nilai nasabah	18
C. Loyalitas nasabah	21
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis dan pendekatan penelitian	25
B. Lokasi penelitian	25
C. Subjek dan objek penelitian	26
D. Data dan sumber data	26
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner	28
G. Uji Instrumen Penelitian	29
H. Teknik analisis data	30
BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN	33
A. Penyajian data	33
B. Laporan penelitian	42
BAB V PENUTUP	54
A. Simpulan	54
B. Saran	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian terdahulu.....	7
Tabel 1.2 Penelitian terdahulu.....	8
Tabel 1.3 Penelitian terdahulu.....	9
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jeniskelamin	34
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan pendidikan.....	35
Tabel 4.3 Tanggapan <i>Customer Relationship Marketing</i>	36
Tabel 4.4 Tanggapan responden mengenai nilai nasabah	38
Tabel 4.5 Tanggapan responden loyalitas nasabah.....	40
Tabel 4.6 Hasil uji validitas	43
Tabel 4.7 Hasil uji reabilitas	44
Tabel 4.8 Hasil uji one sample kolmogorov smirnov.....	45
Tabel 4.9 Hasil uji heteroskedastisitas.....	46
Tabel 4.10 Hasil uji multikolinearitas	47
Tabel 4.11 Hasil regresi linier berganda	48
Tabel 4.12 Hasil uji F	49
Tabel 4.13 Hasil uji T	50
Tabel 4.14 Hasil tabulasi interpretasi nilai R.....	51
Tabel 4.15 Model Summary.....	52