

**PENGARUH PRINSIP SYARIAH DAN STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH
BANK SYARIAH MANDIRI DI SAMARINDA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Dejarat Sarjana Ekonomi



Oleh:

Agustiyan

17111024310201

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, POLITIK DAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JULI 2020**

**Pengaruh Prinsip Syariah dan Strategi Pemasaran
Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih
Bank Syariah Mandiri di Samarinda**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Dejarat Sarjana Ekonomi



Oleh:

Agustiyan

17111024310201

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, POLITIK DAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JULI 2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PRINSIP SYARIAH DAN STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK
MANDIRI SYARIAH DI SAMARINDA**

Oleh :

Agustiyan

17111024310201

Samarinda, 29 Juni 2020

Telah disetujui oleh :

Pembimbing,



Yulia Tri Kusumawati, S.E., M.Sc.Ak

NIDN. 111907079002

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH PRINSIP SYARIAH DAN STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK SYARIAH
MANDIRI DI SAMARINDA**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Agustyan
Nim : 17111024310201
Program Studi : S1 Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 14 Juli 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji :

Penguji I : Ermi Utami, S.E., MM
NIDN. 11101018802

Penguji II : Yulia Tri Kusumawati, S.E., M.Sc., Ak.
NIDN. 111907079002



Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi, Hukum, Politik dan Psikologi


Prof. Dr. Muhammad Wahyuddin, M., S
NIDN. 0604073802

Ketua
Program Studi Manajemen


Ihwan Susila, S.E.M.Si., Ph.D
NIDN. 0620107201

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Agustyan
NIM : 17111024310201
Program Studi : S1 Manajemen
Surel : agusstyan11@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarims*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas tercantum sebagai bahan sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

Samarinda, 29 Juni 2020

Yang membuat pernyataan,


Agustyan

Abstrak

Pengaruh Prinsip Syariah Dan Startegi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri di Samarinda

Agustiyan^{1*}, Yulia Tri Kusumawati²

Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia.

Penelitian dengan judul “Pengaruh Prinsip Syariah dan Startegi pemasaran terhadap Keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri disamarinda”. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Keputusan Nasabah sedangkan variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini adalah Prinsip Syariah dan Strategi Pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Prinsip syariah dan Strategi pemasaran terhadap Keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri disamarinda. Instrumen pengumpulan data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada para responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri disamarinda.

Pengujian yang dilakukan meliputi Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis dengan Uji Parsial (uji t) dan Uji Simultan (Uji F), Uji Regresi Berganda serta Uji Koefisien Korelasi dan Uji Determinasi.

Hasil dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial (Uji t) untuk variabel Prinsip Syariah (X1) tidak terdapat hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dan variabel Strategi Pemasaran (X2) terdapat hubungan yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y), dan jika secara simultan (bersama-sama) yaitu Uji F hasil yang didapat untuk variabel Prinsip Syariah (X1) dan Startegi pemasaran (X2) terdapat hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

Kata Kunci: Prinsip Syariah, Strategi Pemasaran dan Keputusan Nasabah

Abstract

The Influence of Sharia Principles and Marketing Strategy on Customer's Decision Of Choosing A Syariah Bank Mandiri In Samarinda

Agustiyan^{1*}, Yulia Tri Kusumawati²

Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia.

Research with the title "The Effect of Sharia Principles and Marketing Strategies on Customers' Decisions to Choose Bank Syariah Mandiri Disamarinda". The dependent variable in this study is the Customer Decision while the independent variables contained in this study are the Sharia Principles and Marketing Strategy.

This study aims to analyze the influence of Sharia Principles and Marketing Strategies on the customer's decision to choose Bank Syariah Mandiri in disguise. Data collection instruments were obtained by distributing questionnaires to respondents. The sampling technique uses a purposive sampling method. The sample in this study is a customer of Bank Syariah Mandiri disamarinda.

The tests include Instrument Test, Classical Assumption Test, Hypothesis Test with Partial Test (t test) and Simultaneous Test (F Test), Multiple Regression Test and Correlation Coefficient Test and Determination Test.

The results in this study can be concluded that partially (t test) for the Sharia Principles variable (X1) there is no positive and significant relationship to customer decisions (Y) and the variable Marketing Strategy (X2) there is a positive and significant relationship to Customer Decisions (Y), and if simultaneously (together) the F Test results obtained for the Sharia Principles variable (X1) and marketing strategy (X2) there is a positive and significant relationship to customer decisions (Y).

Keywords: *Sharia Principles, Marketing Strategies and Customer Decisions*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohamanirohim

Alhamdulillah wa Syukurllah

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadiran ALLAH SWT, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-nya sehingga Skripsi dengan judul pengaruh Prinsip Syariah dan Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah Mandiri disamarinda.

Teiring do'a dan Sholawat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para nabi yang membawa kesempurnaan ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama , dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
2. Bapak Ghozali MH, M.Kes, Ph.D selaku Wakil Rektor Bidang Akademik

3. Bapak Sunarso, M.M selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan.
4. Bapak Prof. Dr. Muhammad Wahyuddin selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum, Politik dan Psikologi
5. Ibu Yulia Tri Kusumawati, S.E., M.Sc.AK selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan saran, motivasi serta ilmunya dalam rangka penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen, karyawan dan staff Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur yang telah membantu memberikan data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan di setiap langkah kaki saya.
8. Ucapan terima kasih yang sangat mendalam kepada kakak saya serta keluarga besar tercinta yang selalu memberikan semangat serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman kelompok KDM saya dan seluruh teman – teman di kelas Manajemen Keuangan A serta seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Amiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Billahittaufiq Wal Hidayah.

Wassalamualaikum Warahmaatullahi Wabarakatuh

Samarinda, 29 Juni 2020

Agustiyan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.iv
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan.....	8
E. Manfaat.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Bank Syariah	11
B. Keputusan Nasabah	14
C. Prinsip Syariah.....	16
D. Strategi Pemasaran.....	22
E. Penelitian terdahulu.....	25
F. Kerangka Pikir.....	29
G. Perumusan Hipotesis	29
1. Pengaruh Prinsip Syariah terhadap keputusan Nasabah memilih Bank Mandiri Syariah.....	29

2.	Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap keputusan nasabah memilih Bank Mandiri Syariah.....	30
3.	Pengaruh Prinsip Syariah dan Statergi pemasaran terhadap keputusan Nasabah Memilih Bank Mandiri Syariah	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
A.	Lokasi Penelitian.....	32
B.	Jenis Penelitian.....	32
C.	Populasi dan Teknik Penentuan Sampel.....	32
D.	Definisi Operasional.....	34
E.	Jenis dan Sumber Data.....	36
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
G.	Instrumen Penelitian	38
H.	Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV.....	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A.	Gambaran umum Objek penelitian.....	49
B.	Pilot Test.....	50
C.	Deskripsi Data	53
D.	Analisis data	57
1.	Uji Instrumen	57
2.	Uji Asumsi klasik.....	59
3.	Uji Hipotesis.....	65
4.	Uji korelasi.....	69
5.	Uji Koefisien Determinasi (R Square)	70
E.	Pembahasan.....	71
1.	Pengaruh prinsip syariah terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Mandiri	72
2.	Pengaruh Strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Mandiri.....	72

3. Pengaruh prinsip syariah dan strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri.....	73
BAB V	75
PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Keterbasaran.....	76
C. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Pengukuran	35
Tabel 3.2 Penelitian Skala Likert	38
Tabel 3.3 Uji Autokorelasi	42
Tabel 3.4 Koefisien Korelasi	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Pilot Test	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pilot Test	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Releabilitas Pilot Test	52
Tabel 4.4 Deskripsi Data Kuesioner	53
Tabel 4.5 karakteristik Responden	54
Tabel 4.6 Variabel Prinsip Syariah	55
Tabel 4.7 Variabel Strategi Pemasaran	56
Tabel 4.8 Variabel Keputusan Nasabah	57
Tabel 4.9 Uji Validitas	58
Tabel 4.10 Uji Releabilitas	59
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi	64
Tabel 4.14 Uji Parsial (t)	65
Tabel 4.15 Uji Silmultan (F)	67

Tabel 4.16 Uji Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4.17 Uji Korelasi	69
Tabel 4.18 Uji Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerang Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Uji Normalitas P Plot	61
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	63