

**PENGARUH MARKETING MIX
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG SOLO**

TESIS

Diajukan Kepada

Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Magister Manajemen



Disusun Oleh :

INNA NUR ROKHMAH

NIM : P. 100 090 046

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

NOTA PEMBIMBING

Prof. Dr. H. Bambang Setiaji, M.Si
Dosen Program Studi Magister Manajemen
Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Inna Nur Rokhmah

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara :

Nama : Inna Nur Rokhmah

NIM : P.100 090 046

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Nasabah
di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Solo (KCP Unit
Sumoharjo375)

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 3 Januari 2012
Pembimbing I,

Prof. Dr. H. Bambang
Setiaji, M.Si

NOTA PEMBIMBING

Drs. Ahmad Mardalis, MBA

Dosen Program Studi Magister Manajemen
Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Inna Nur Rokhmah

Kepada Yth.

**Ketua Program Studi Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara :

Nama : Inna Nur Rokhmah

NIM : P.100 090 046

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Nasabah
di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Solo (KCP Unit Sumoharjo
375)

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 05 Januari 2012
Pembimbing II,

Drs. Ahmad Mardalis. MBA

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Inna Nur Rokhmah
NIM : P.100 090 046
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Solo
(KCP Unit Sumoharjo 375)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan, dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa tesis saya ini adalah hasil jiplakan, maka saya rela gelar dan ijazah yang diberikan kepada saya dari Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 05 Januari 2012

Yang membuat pernyataan,

Inna Nur Rokhmah

KATA PENGANTAR

Segala rasa puji dan syukur yang tak terhingga penulis panjatkan hanya kepada Allah Azza wa Jalla atas segala untaian nikmat dan rahmat-Nya yang senantiasa menyertai dalam setiap langkah dan aktivitas. Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syari’ah Mandiri Cabang Solo (KCP Unit Sumoharjo 375) .” Penulisan ini disusun dan diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Dalam bidang Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini, Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan moril maupun materiil kepada:

1. Prof. Dr. H. Bambang Setiaji, M.Si, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta sekaligus sebagai dosen pembimbing yang dengan kesabaimbrannya memberikan bimbingan dan masukan yang berharga dalam penulisan tesis ini.
2. Prof.Dr. H. Khudzaifah Dimiyati, S.H, M. Hum. Selaku direktur program pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs. Ahmad Mardalis. MBA, selaku ketua Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta sekaligus sebagai dosen pembimbing II yang dengan kesabarannya memberikan arahan dan masukan hingga tersusunnya tesis ini.

4. Seluruh dosen Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan tetesan ilmu melalui perkuliahan dalam menempuh studi Program Studi Magister Manajemen.
5. Seluruh petugas perpustakaan Pascasarjana dan perpustakaan pusat Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan fasilitas dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Pimpinan dan seluruh staff dan karyawan Bank Syari'ah Mandiri cabang Solo (KCP Unit Sumoharjo 375) yang telah memberikan kontribusi berharga dalam penulisan tesis ini.
7. Seluruh teman-teman angkatan 2009 Magister Manajemen yang telah memberikan dukungan dan warna yang berarti.
8. Suami, orang tua, dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan curahan cinta, perhatian, pengorbanan dan tetesan doa yang tak terhingga kepada penulis. I will give the best !
9. Semua sahabat dan semua pihak yang ikut membantu dalam penulisan tesis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan sumbangsih dan manfaat. Penulismengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penulisan-penulisan selanjutnya. Semoga budi baik semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tesis ini dibalas dengan tetesan nikmat-Nya. Amiin.

Surakarta, Januari 2012
Penulis,

Inna Nur Rokhmah

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah : Untuk menganalisa sejauhmana pengaruh product, price, pleace, dan promotion terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang Solo. Untuk mengungkapkan fakr apa yang dominan dalam memberikan kontribusi kepuasan nasabah di Bank Syari'ah Mandiri cabang Solo.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :1) H_1 : Diduga ada pengaruh product terhadap kepuasan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang Solo. 2) H_2 : Diduga ada pengaruh price terhadap kepuasan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang Solo. 3) H_3 : Diduga ada pengaruh place terhadap kepuasan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang Solo. 4) H_4 : Diduga ada pengaruh promotion terhadap kepuasan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang Solo.

Berdasarkan hasil analisis uji logistic diperoleh bahwa Uji *Wald* juga dikatakan sebagai uji pengaruh, karena dengan Uji *Wald* dapat diketahui mana variabel yang berpengaruh. Variabel produk (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang Solo. Variabel Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang Solo. Variabel Tempat (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang Solo. Variabel Promosi (X_4) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang Solo.

Hasil uji hipotesis yang kedua bahwa variabel tempat memiliki kontribusi terbesar atau dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Solo

Kata Kunci : Product, Price, Pleace, Promotion dan Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This Research : To analyse how far influence product, price, pleace, and promotion to client satisfaction Self-Supporting Bank Syariah Mandiri branch Solo. To lay open the factor what dominant in giving contribution of client satisfaction Self-Supporting Bank Syariah Mandiri branch Solo.

Hypothesis in this research :1) H_1 : Anticipated there influence product to satisfaction become client Self-Supporting Bank Syariah Mandiri Cabang Solo. 2) H_2 : Anticipated there influence price to satisfaction become client Self-Supporting Bank Syariah Mandiri branch Solo. 3) H_3 : Anticipated there influence place to satisfaction become client Self-Supporting Bank Syariah Mandiri branch Solo. 4) H_4 : Anticipated there influence promotion to satisfaction become client Self-Supporting Moslem law Bank branch Solo.

Pursuant to result analyse the test logistic obtained that Test Wald also told as influence test, because with the knowable Test Wald which variable having an effect on. Product variable (X_1) have an effect on to client satisfaction Self-Supporting Bank Syariah Mandiri branch Solo. Price variable (X_2) have an effect on the signifikan to client satisfaction Self-Supporting Bank Syariah Mandiri Cabang Solo. Place variable (X_3) have an effect on to client satisfaction Self-Supporting Bank Syariah Mandiri Cabang Solo. Promotion variable (X_4) have an effect on to client satisfaction Self-Supporting Bank Syariah Mandiri branch Solo.

Result of secondary hypothesis test that place variable own the dominant or biggest contribution in influencing satisfaction of Self-Supporting Bank Syariah Mandiri Branch Solo.

Keyword : Product, Price, Pleace, Promotion and Client Satisfaction

MOTTO

Sesungguhnya medan berbicara itu tak semudah medan berkhayal

Medan berbuat itu tidak semudah medan berbicara

Medan berjihad tidak semudah medan bertindak

Dan medan jihad yang benar, tidak semudah medan jihad yang keliru

Terkadang sebagian besar orang mudan berangan-angan

Namun tidak semua angan-angan yang ada dalam benak mampu diucapkan

dengan lisan

Betapa banyak orang yang dapat berbicara

Namun sedikit sekali yang dapat bekerja dengan sungguh-sungguh

Dan dari yang sedikit itu banyak diantaranya yang sanggup berbuat

Namun jarang yang mampu menghadapi rintangan-rintangan yang berat

dalam berjihad.

(Hasan Al Banna)

Kami percaya bahwa tabir yang memisahkan antara kami dan keberhasilan hanyalah keputusasaan. jika harapan itu kuat dalam diri kita, maka dengan izin Allah kita akan mencapai banyak kebaikan. itulah sebabnya kami tidak pernah putus asa dan keputusasaan takkan pernah sanggup merasuki hati kami. Segala puji bagi Allah untuk keyakinan kami itu. (Da'watuna)

PERSEMBAHAN

My Honorable Dedicated to :

- **Allah SWT dan Rasul-Nya**
- **My Beloved Husband**
- **Anakku tersayang**
- **Ayah dan Ibunda Tercinta**
- **Keluarga Besarku**
- **Almamaterku IAIN dan UMS**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Pemasaran	6
B. Marketing Mix	11
C. Kepuasan Nasabah (Pelanggan)	27
D. Penelitian Terdahulu	40
E. Kerangka Pemikiran	42
F. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian	44
B. Lokasi Penelitian	44
C. Data dan Sumber Data	44

D. Populasi dan Sampel Penelitian	45
E. Definisi Operasional	47
F. Variabel Penelitian	48
G. Instrumen Penelitian	48
H. Metode Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Deskripsi Hasil Penelitian	53
B. Uji Instrumen Data	56
C. Analisis Data	60
D. Pembahasan	64
E. Keterbatasan Penulisan	66
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
C. Rekomendasi	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Perkembangan Konsep Pemasaran	10
Tabel 2	Alternatif Definisi Kepuasan Pelanggan	30
Tabel 3	Harapan Kinerja dan Kepuasan	38
Tabel 4.1	Karakteristik Umur Responden	53
Tabel 4.2	Karakteristik Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3	Karakteristik Pendidikan Terakhir	54
Tabel 4.4	Karakteristik Pekerjaan	55
Tabel 4.5	Karakteristik Pendapatan	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X_1)	57
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Tempat (X_3)	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_4)	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (X_5)	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.12	Model Logit	61
Tabel 4.13	Hasil B dan Test run wald	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Empat P Marketing Mix	13
Gambar 2	Model Kepuasan/Ketidak Puasan Nasabah/Pelanggan	29
Gambar 3	Model Konseptual Kepuasan Nasabah/Pelanggan	38
Gambar 4	Kerangka Pemikiran	42