

**IMPLEMENTASI *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT SARIMADU KANTOR KAS TAMBANG**

LAPORAN AKHIR

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)
Pada Program D3 Perbankan Syariah**



OLEH

**IRDA FITRIAH
NIM: 01026203194**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN SYARIF KASIM RIAU
2014**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
كلية الشريعة والقانون
FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Alamat : Jl. H.R. Soebrandta No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam, Pekanbaru-Riau/No. Telp. 0761-561645/Fax. 0761-562052, Web. www.uin-sunka.ac.id, E-mail : rektor@uin-sunka.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir yang berjudul "Implementasi Relationship Marketing terhadap Customer Loyalty Pada Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang" yang ditulis oleh:

Nama : **Irda Fitriah**
NIM : **01026203194**
Jurusan : **D3 Perbankan Syariah**

Telah dimunaqasahkan dalam Sidang Panitia Sarjana Program D3 pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : **Jumat**
Tanggal : **04 April 2014 M**

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md).

Pekanbaru, 15 April 2014



DR. H. AKBARIZAN, M.Ag, M.Pd
NIP. 19711001 199503 1 002

KETUA

PANITIA UJIAN SARJANA

SEKRETARIS

H.M.H. KASTULANI, SH, MH
NIP. 19630909 199002 1 001

KAMIRUDDIN, M. Ag
NIP. 19771018 200501 1 002

PENGUJI I

PENGUJI II

AHMAD ADRI RIVA' L.M. Ag
NIP. 19730223 199803 1 004

Dra. YUSLIATLMA
NIP. 19580707 198612 2 001

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Implementasi *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu (BPR Sarimadu) Kantor Kas Tambang**”. Perbankan merupakan bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Bank Perkreditan Rakyat merupakan alternatif bagi masyarakat dalam memilih perbankan untuk mengembangkan usaha. Problem sentral yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. Tujuan tersebut akan tercapai jika perusahaan melakukan proses pemasaran.

Masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana implementasi *relationship marketing* terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang ?. Bagaimana pandangan nasabah mengenai implementasi *Relationship Marketing* pada Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang ?

Tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana Implementasi *Relationship Marketing* pada Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang. Untuk mengetahui bagaimana pandangan nasabah mengenai implementasi *Relationship Marketing* pada Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang.

Lokasi penelitian dilaksanakan di Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang. Yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah nasabah dan karyawan bagian marketing Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang dan yang menjadi objek adalah Implementasi *Relationship Marketing* pada Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 25 Sumber data penelitian ini meliputi data primer, data sekunder dan data tersier. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, angket. Metode analisa data menggunakan *deskriptif kualitatif*. Metode penulisan yang digunakan adalah induktif, deduktif, deskriptif.

Hasil penelitian ini bahwa pelayanan atau servis *Relationship Marketing* terhadap *Customer Loyalty* sudah memuaskan bagi nasabah Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang, *Relationship Marketing* selalu bersimpati terhadap nasabah, dan memberikan penjelasan dengan baik terhadap para nasabah yang melakukan transaksi di Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang. *Relationship Marketing* memberikan pelayanan yang maksimal dan mencurahkan kemampuan mereka, dalam memberikan pelayanan terbaik terhadap nasabah dengan memberikan berbagai penjelasan dan keterangan, serta mendampingi nasabah yang ingin melakukan peminjaman atau berbagai transaksi di Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang. Secara keseluruhan pelayanan oleh *Relationship Marketing* Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang dilaksanakan dengan baik, dalam pelaksanaannya sesuai dengan prinsip-prinsip perbankan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa memberikan kenikmatan dan kesehatan tiada henti-hentinya, memberikan kesabaran dan kegigihan dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Shalawat dan Salam kita kirimkan kepada Baginda Rasulullah SAW sebagai uswatun hasanah utusan Allah sehingga umatnya terhindar dari buta ilmu pengetahuan.

Maka penulis tuangkan dalam sebuah tugas akhir dengan judul: **“Implementasi *Relationship Marketing* terhadap *Customer Loyalty* pada Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang”**.

Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang peneliti miliki, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang peneliti menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Dalam usaha penyusunan tugas akhir ini tidak luput dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan ribuan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Teristimewa buat Ayahanda Abdullah dan Ibunda Harizar Hasnur yang telah melahirkan, membesarkan mengorbankan kebahagiaannya demi kebahagiaan penulis dan memberikan kasih sayang, perhatian serta senantiasa mendo'akan dan dukungan kepada penulis dalam menuntut ilmu agar menjadi manusia yang patuh terhadap Agama dan berguna bagi keluarga, masyarakat dan semua. Selanjutnya buat kakak-kakakku dan

adikku serta seluruh keluarga yang turut mendo'akan dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

2. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir selaku Rektor UIN SUSKA Riau beserta Staf yang telah memberikan fasilitas dan sarana dalam proses perkuliahan.
3. Bapak DR. Akbarizan, MA, M.Pd selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA Riau, Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II, dan Pembantu Dekan III yang telah memberikan banyak bantuan bagi penulis dalam mengikuti perkuliahan di Jurusan D3 Perbankan Syari'ah
4. Bapak Muhammad Nurwahid, M.Ag selaku Ketua Jurusan D3 Perbankan Syari'ah yang telah memberikan bimbingan bagi penulis selama perkuliahan di Jurusan D3 Perbankan Syari'ah
5. Bapak Khairul Amri, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah banyak meluangkan waktu dan pemikirannya untuk penulis yang semestinya ia pergunakan untuk yang lain.
6. Bapak Drs. H. Mohd Nasir Choliz, MA, selaku Penasehat Akademis yang telah banyak memberikan bimbingan bagi penulis selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.
7. Seluruh Dosen di lingkungan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA Riau yang telah membekali ilmu kepada peneliti.
8. Buat suami tercinta M. Efendi dan ananda Nazifa Mumtazah yang selalu memberikan dukungan bagi penulis dan sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhirnya kepada Allah SWT jualah tempat penulis mohon do'a serta harapan semoga semua yang telah diberikan baik dorongan,bantuan, partisipasi, dan sumbangan pikiran dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang setimpal disisi-Nya, harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 22 Januari 2014
Penulis,

IRDA FITRIAH

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
.....	i
KATA PENGANTAR	ii
.....	ii
DAFTAR ISI	v
.....	v
DAFTAR TABEL	vii
.....	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
.....	vii
BAB I: PENDAHULUAN	1
.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
.....	1
B. Batasan Masalah	5
.....	5
C. Rumusan Masalah	5
.....	5
D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	6
.....	6
E. Metode Penelitian	6
.....	6
F. Teknik Pengumpulan Data	8
.....	8
G. Metode Analisa Data	9
.....	9
H. Metode Penulisan	9
.....	9
I. Sistematika Penulisan	10
.....	10

BAB II: TINJAUAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	11
.....	11
A. Sejarah PD. BPR Sarimadu	11
.....	11
B. Visi dan Misi PD. BPR Sarimadu	13
C. Produk-Produk PD. BPR Sarimadu.....	14
D. Struktur Organisasi PD.BPR Sarimadu.....	22
BAB III: TINJAUAN PUSTAKA	23
.....	23
A. <i>Marketing Relationship</i>	23
B. <i>Customer Loyalty</i>	34
BAB IV: IMPLEMENTASI RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT SARIMADU KANTOR KAS TAMBANG	44
A. Implementasi <i>Relationship Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada nasabah Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang.....	44
B. Pandangan Nasabah Mengenai Implementasi <i>Relationship Marketing</i> pada Bank Perkreditan Rakyat Sarimadu Kantor Kas Tambang.....	53
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN