

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dibidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil pembuatan plagiarism atau mencontek karya tulis ilmiah orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 14 Juni 2023



Rihadatul Aisi
NIM 191410035

ABSTRAK

**Nama : Rihadatul Aisi, NIM : 191410035, Judul Skripsi :
“Pengaruh Strategi *Marketing Public Relations* Terhadap
Kepercayaan Masyarakat di Daerah *UrbanFringe* Padat Industri
(Studi Kasus Koperasi BMI Cabang 055 Bojonegara)”**

Saat ini keberadaan koperasi syariah bukan hanya berada di lingkungan perkotaan saja tetapi sudah menyebar di lingkungan daerah *urban fringe*. Salah satunya ialah Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia Cabang 055 Bojonegara. Meskipun koperasi tersebut terletak di daerah *urban fringe* padat industri berbasis konvensional, namun eksistensi koperasi tersebut tetap terjaga. Tercatat dari tahun 2020 – 2023 terdapat jumlah anggota sebanyak 1238. Angka tersebut tentu dikatakan sedikit jika dibandingkan dengan total penduduk di kecamatan Bojonegara sebanyak 44.552 atau dengan presentase 2,7 %. Oleh karena itu diperlukan strategi khusus yaitu strategi *marketing public relations* untuk membangun kepercayaan masyarakat di daerah *urban fringe* padat industri berbasis konvensional pada Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia Cabang 055 Bojonegara. Adapun tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh *marketing public relations* terhadap kepercayaan masyarakat di daerah *urban fringe* padat industri pada Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia Cabang 055 Bojonegara. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji kualitas data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas dan heteroskedastisitas) dan uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana, uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *marketing public relations* berpengaruh terhadap kepercayaan di daerah *urban fringe* padat industri. Hal ini berdasarkan hasil uji t dengan hasil t hitung $10,905 > t_{\text{tabel}} 1,989$. Adapun nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel *marketing public relations* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat (Y). Hubungan antar variabel *marketing public relations* (X) dengan kepercayaan masyarakat dikatakan kuat karena R sebesar 0,769 mendekati angka 1 dan R Square dengan tingkat signifikansi 59,2 % adapun sisanya sebesar 40,8 % disebabkan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp. (0254) 2003323 Fax. (0254) 200022

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (Satu) Eksemplar
Hal : **Pengajuan Munaqasyah**
a.n. Rihadatul Aisi
NIM. 191410035

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN SMH Banten
di –
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara **Rihadatul Aisi, NIM 191410035** yang berjudul **“Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Terhadap Kepercayaan Masyarakat di Daerah Urban Fringe Padat Industri”** telah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqasyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian, atas segala perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 14 Juni 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Budi Sudrajat, M.A.
NIP. 197403072002121004

Fitri Raya, M.Ek.
NIP. 198808102019032010

PERSETUJUAN

**Pengaruh Strategi *Marketing Public Relations* Terhadap
Kepercayaan Masyarakat di Daerah *Urban Fringe* Padat Industri**

Oleh:

Rihadatul Aisi
NIM. 191410035

Pembimbing I



Dr. Budi Sudrajat, M.A.
NIP. 197403072002121004

Pembimbing II



Fitri Raya, M.Ek.
NIP. 198808102019032010


Mengetahui,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI.
NIP. 196402121991032003

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah



Hj. Mukhlisotul Jannah, MM., M.Ak.
NIP. 197408222005012003

PENGESAHAN

Skripsi a.n. Rihadatul Aisi, NIM: 191410035, berjudul :
“**Pengaruh Strategi *Marketing Public Relations* Terhadap Kepercayaan Masyarakat di Daerah *Urban Fringe* Padat Industri**”, telah diujikan dalam sidang Munaqosah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 20 Juli 2023. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 20 Juli 2023

Sidang Munaqosah,

Ketua Merangkap Anggota,

Sekretaris Merangkap Anggota,



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI
NIP. 196402121991032003

Penguji I,



Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., MM., CHCM
NIP: 197108041998031003

Pembimbing I



Dr. Budi Sudrajat, M.A.
NIP. 197403072002121004



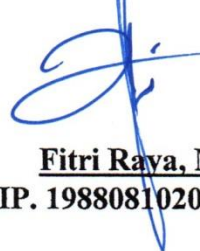
Nurmaita Hamsyiah, M.SI.
NIDN. 2005057904

Penguji II,



Dr. Helaluddin, M.Pd
NIP. 198110052015031001

Pembimbing II



Fitri Raya, M.Ek.
NIP. 198808102019032010

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin

Segala puji kepa Allah *Subhanahu Wata'ala* yang telah memberikan seluruh nikmat kepada saya yang akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Sholawat serta salam senantiasa selalu turunkan pada baginda Nabi Muhammad *Shalallahu Alaihi Wa Sallam* berkat beliau saya dapat mengetahui mana yang baik dan buruk sesuai dengan ajaran yang tertuang pada Al-Qur'an dan Hadist.

Saya persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua yang penuh cinta dan kasih kepada :

1. Bapak Saefullah dan Ibu Nur Asiyah (Almh) selaku motivator dalam hidup yang slalu mendoakan dalam setiap anaknya menggapai cita-citanya, kasih sayang, serta dukungan baik berupa moril ataupun materi yang tak terhitung nilainya. Terimakasih atas semua pengorbanan dan kesabaran yang kalian berikan hingga mengantarkan anakmu sampai saat ini.
2. Kakakku dan Adikku tersayang yang senantiasa memberikan semangat.
3. Dosen Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten, yang telah membimbing penulis sampai ke jenjang munaqosyah.

MOTTO

هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَانِ إِلَّا الْإِحْسَانُ

"Tidak Ada Balasan Kebaikan Kecuali Kebaikan." (Q.S Ar –

Rohman:60)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Rihadatul Aisi dilahirkan di Serang Banten pada tanggal 14 Maret 2001, anak kedua dari empat bersaudara, terlahir dari pasangan Bapak Saefullah dan Ibu Nur Asiyah (Almh).

Adapun pendidikan formal yang penulis sudah tempuh yaitu SD Negeri Bojonegara 2 lulus pada tahun 2013, SMP Negeri 1 Bojonegara lulus pada tahun 2016, SMA Negeri 1 Bojonegara lulus pada tahun 2019, dan penulis pun melanjutkan pendidikan pada tahun 2019 di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Strata Satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Organisasi yang diikuti oleh penulis Rohani Islam X-XI pada tahun 2017-2019.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Ungkapan puji dan syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wata'ala*, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga banyak nikmat yang tidak dapat dihitung, salah satu diantaranya adalah nikmat iman dan Islam serta sehat wal'afiat. Sholawat dan salam turcurahan kepada baginda nabi Muhammad *Shalallahu Alaihi Wassalam* yang merupakan suri tauladan bagi umat Islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguhnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi *Marketing Public Relations* terhadap Kepercayaan Masyarakat di Daerah *Urban Fringe* Padat Industri (Studi Kasus Koperasi Syariah BMI Cabang 055 Bojonegara)”**.

Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini diantaranya:

1. Prof. Dr. Wawan Wahyuddin, MPd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten
2. Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.S.I., Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

3. Hj. Mukhlisotul Jannah, MM, M.Ak., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta para jajaran pegawai jurusan Ekonomi Syariah lainnya.
4. Dr. Budi Sudrajat, MA selaku pembimbing skripsi I yang memberikan bimbingan, arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Fitri Raya, M.Ek, selaku pembimbing skripsi II yang memberikan bimbingan, arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dosen penguji Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., MM.,CHCM
7. Dosen Penguji Dr. Helalludin M.Pd
8. Kak Hafid yang tulus memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
9. Sahabat–sahabat penulis: Tuti Alawiyah, Sri Mahmudah, Beni Musthofa dan Shofwatunnida El Tsani Rahmayanti.
10. Bapak/ ibu seluruh dosen, staff dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019 Ekonomi Syariah A yang tidak ada bosannya memberikan dorongan, ilmu dan pengalaman serta doa dan semangatnya sampai dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan namun tidak mengurangi rasa hormat dan terimakasih telah membantu dalam penelitian ini hingga selesai.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi masih terdapat

banyak kekurangan sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Serang, 14 Juni 2023
Penulis

Rihadatul Aisi
NIM: 191410035

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Perumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
G. Kerangka Pemikiran.....	7
H. Sistematika Pembahasan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. <i>Marketing Public Relations</i>	10
1. Pengertian dan Sejarah <i>Marketing Public Relations</i>	10
2. Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	15

3. <i>Three Ways Strategies Marketing Public Relations</i>	15
B. Kepercayaan Masyarakat	18
1. Pengertian kepercayaan	18
2. Karakteristik Kepercayaan.....	19
3. Indikator Kepercayaan	20
C. <i>Urban Fringe</i>	21
D. Hubungan Antara <i>Marketing Public Relations</i> dengan Kepercayaan	22
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan	24
F. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Waktu dan Tempat Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel Penelitian	31
C. Jenis Penelitian.....	33
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Operasional Variabel Penelitian.....	35
F. Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	43
1. Sejarah Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia.....	43
2. Visi Misi Koperasi Syariah BMI.....	45
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	46
1. Gambaran Responden.....	46
C. Hasil Uji Instrumen	49
1. Uji Validitas.....	49

2. Uji Reliabilitas.....	50
D. Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	51
1. Uji Normalitas Data.....	51
2. Uji Heteroskedastisitas	52
E. Hasil Uji Hipotesis	53
1. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	53
2. Uji Parsial (Uji t)	55
3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	56
F. Pembahasan Hasil Penelitian	57
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pembobotan dengan Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	36
Tabel 4. 1 Hasil Uji Deskriptif.....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 5 Karakter Responden Berdasarkan Keanggotaan Koperasi ..	48
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Data	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Teori *Marketing Public Relations* Thomas L. Haris 24