ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "**Pengaruh Penerapan Syariah Marketing Terhadap Reputasi Program Beasiswa Pena Bangsa Pada Yayasan Dana Sosial Al-Falah Sidoarjo**" ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang Apakah terdapat pengaruh antara karakteristik teistis (*rabbāniyah*), etis (*akhlāqiyah*), realitas (*al-wāqi'iyah*), humanitis (*al- insāniyah*) secara simultan terhadap reputasi Program Beasiswa Pena Bangsa YDSF Sidoarjo dan Apakah terdapat pengaruh antara karakteristik teistis (*rabbāniyah*), etis (*akhlāqiyah*), realitas (*al-wāqi'iyah*), humanitis (*al- insāniyah*) secara parsial terhadap reputasi Program Beasiswa Pena Bangsa YDSF Sidoarjo?

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian berdasarkan tingkat eksplanasinya (tingkat kejelasan) menggunakan jenis penilitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variable atau lebih. Pengumpulan data dilakukan dengan pengisian kuesioner penelitian oleh donatur Beasiswa Pena Bangsa pada Yayasan Dana Sosial Al-Falah Sidoarjo.

Populasi penelitian ini adalah seluruh donatur Yayasan Dana Sosial Al-Falah Sidoarjo. Pengambilan sampel yang berjumlah 84 orang dari 495 donatur Beasiswa Pena Bangsa pada Yayasan Dana Sosial Al-Falah Sidoarjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Dari hasil perhitungan secara simultan diperoleh nilai f hitung > f tabel yaitu 41.378 > 2.49 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 serta bertanda positif yang berarti hipotesis ada pengaruh bahwa karakteristik syari'ah marketing (teistis, etis, realistis, humanistis) terhadap reputasi. Sedangkan hasil uji parsial diperoleh untuk teistis nilai t hitung > t tabel yaitu 2.705 > 1.99045 serta bertanda positif, etis t hitung < t tabel yaitu 0.571 < 1.99045 serta bertanda negatif, realistis t hitung > t tabel yaitu 3.841 > 1.99045 serta bertanda positif, humanistis t hitung > t tabel yaitu 2.313 > 1.99045 serta bertanda positif yang berarti secara parsial etis dinyatakan tidak berpengaruh terhadap reputasi dan teistis, realistis, humanistis dinyatakan berpengaruh terhadap reputasi.

Kata Kunci : Syariah Marketing, Reputasi, teistis (*rabbāniyah*), etis (*akhlāqiyah*), realitas (*al-wāqi'iyah*), humanitis (*al- insāniyah*)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id