

**STRATEGI PEMASARAN RELASIONAL UNTUK  
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS DONATUR DI LAZIS  
NURUL FALAH SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)**

**Oleh:**

**DWI ARTA MELVIA**  
**(04010421006)**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

### PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Arta Melvia

NIM : 04010421006

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Strategi Pemasaran Relasional untuk Mempertahankan Loyalitas Donatur di LAZIS Nurul Falah Surabaya* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 19 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,



Dwi Arta Melvia

NIM 04010421006

# LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Dwi Arta Melvia  
NIM : 04010421006  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Relasional untuk  
Mempertahankan Loyalitas Donatur di LAZIS  
Nurul Falah Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 16 Desember 2024

Menyetujui Pembimbing 1



Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM  
(196212141993031002)

Menyetujui Pembimbing 2



Dr. Achmad Murtafi Harits, Lc., M.Fil.I  
(197003042007011056)

# LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

## LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

### STRATEGI PEMASARAN RELASIONAL UNTUK MEMPERTAHAKAN LOYALITAS DONATUR DI LAZIS NURUL FALAH SURABAYA

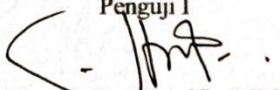
#### SKRIPSI

Disusun Oleh  
Dwi Arta Melvia  
NIM 04010421006

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada  
tanggal 23 Desember 2024

#### Tim Penguji

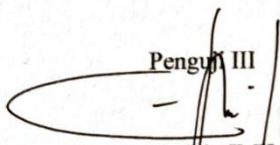
Penguji I

  
Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM  
NIP 196212141993031002

Penguji II

  
Dr. Achmad Murtah Harits, Lc., M.Fil.I  
NIP 197003042007011056

Penguji III

  
Dra. Imas Maesaroh, Dip.IM-Lib-M.Lib, Ph.D  
NIP 196605141992032001

Penguji IV

  
Airlangga Bramayudha, MM  
NIP 197912142011011005



# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300 E-Mail:  
perpus@uinsby.ac.id

---

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DWI ARTA MELVIA  
NIM : 04010421006  
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI / MANAJEMEN DAKWAH  
E-mail address : [dwiarta230@gmail.com](mailto:dwiarta230@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**STRATEGI PEMASARAN RELASIONAL UNTUK MEMPERTAHANKAN  
LOYALITAS DONATUR DI LAZIS NURUL FALAH SURABAYA.**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Januari 2025

Penulis

(DWI ARTA MELVIA)

## ABSTRAK

Dwi Arta Melvia, NIM 04010421006, 2024. Strategi Pemasaran Relasional untuk Mempertahankan Loyalitas Donatur di LAZIS Nurul Falah Surabaya.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran relasional, faktor pendukung implementasi strategi pemasaran relasional, dan faktor penghambat strategi pemasaran relasional di LAZIS Nurul Falah Surabaya. Metode penelitian yang dimanfaatkan ialah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Untuk penelitian ini menggunakan tiga jenis teknik pengumpulan data, yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran relasional untuk mempertahankan loyalitas donatur di LAZIS Nurul Falah Surabaya menerapkan lima metode, yaitu *core service strategy*, *relationship customization*, *service augmentation*, *relationship pricing*, dan *internal marketing*. Kemudian, faktor pendukung implementasi strategi pemasaran relasional untuk mempertahankan loyalitas donatur di LAZIS Nurul Falah Surabaya terdapat empat faktor, yaitu kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan. Sedangkan untuk faktor penghambat implementasi pemasaran relasional untuk mempertahankan loyalitas donatur di LAZIS Nurul Falah Surabaya terdapat empat faktor juga, yaitu terbatasnya pegawai, adanya miskomunikasi, faktor cuaca, dan faktor usia.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran Relasional, Loyalitas Donatur, LAZIS Nurul Falah Surabaya

## **ABSTRACT**

Dwi Arta Melvia, NIM 04010421006, 2024. *Relational Marketing Strategy to Maintain Donor Loyalty at LAZIS Nurul Falah Surabaya.*

*This study aims to determine the implementation of relational marketing strategies, supporting factors for the implementation of relational marketing strategies, and inhibiting factors for relational marketing strategies at LAZIS Nurul Falah Surabaya. The research method used is a qualitative approach with a case study research type. For this study used three types of data collection techniques, namely through interviews, observation, and documentation. The results of this study indicate that the relational marketing strategy to maintain donor loyalty at LAZIS Nurul Falah Surabaya applies five methods, namely core service strategy, relationship customization, service augmentation, relationship pricing, and internal marketing. Then, the supporting factors for the implementation of relational marketing strategies to maintain donor loyalty at LAZIS Nurul Falah Surabaya are four factors, namely trust, commitment, communication, and complaint handling. As for the inhibiting factors for the implementation of relational marketing to maintain donor loyalty at LAZIS Nurul Falah Surabaya, there are also four factors, namely limited staff, miscommunication, weather factors, and age factors.*

**Keyword:** *Relational Marketing Strategy, Donor Loyalty, LAZIS Nurul Falah Surabaya*

## الملخص

استراتيجية التسويق. 2024، NIM 04010421006، دوي أرتا ميلفيا  
العلائقي للحفاظ على ولاء المتبرعين في مركز نور الفلاح سورابايا التابع لجمعية لازيس  
نور الفلاح سورابايا

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تنفيذ استراتيجيات التسويق العلائقي، والعوامل الداعمة لتنفيذ استراتيجيات التسويق العلائقي، والعوامل المثبطة لاستراتيجيات التسويق العلائقي في لازيس نور الفلاح سورابايا. طريقة البحث المستخدمة هي المنهج النوعي بنوع من بحوث دراسة الحالة. يستخدم هذا البحث ثلاثة أنواع من تقنيات جمع البيانات، وهي المقابلات والملاحظة والتوثيق. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن استراتيجية التسويق العلائقي للحفاظ على ولاء المتبرعين في لازيس نور الفلاح سورابايا تطبق خمسة أساليب وهي استراتيجية الخدمة الأساسية، وتخصيص العلاقة، وتخصيص العلاقة، وزيادة الخدمة، وتسعير العلاقة، والتسويق الداخلي. بعد ذلك، تتمثل العوامل الداعمة لتنفيذ استراتيجيات التسويق العلائقي للحفاظ على ولاء المتبرعين في لازيس نور الفلاح سورابايا في أربعة عوامل، وهي الثقة والالتزام والتواصل ومعالجة الشكاوى. أما بالنسبة للعوامل المثبطة لتنفيذ استراتيجيات التسويق العلائقي للحفاظ على ولاء المتبرعين في لازيس نور الفلاح سورابايا فهناك أربعة عوامل أيضاً، وهي محدودية عدد الموظفين وسوء التواصل، وعوامل الطقس، والعوامل العمرية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق العلائقية، ولاء المتبرعين، لازيس نور الفلاح  
سورابايا



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
المخلص .....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TRANSLITERASI .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Definisi Konsep.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II KAJIAN TEORETIK .....	16
A. Kajian Perspektif Teoretik.....	16
1. Strategi.....	16
2. Pemasaran Relasional .....	20
3. Loyalitas Donatur .....	27

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	41
B. Lokasi Penelitian .....	42
C. Jenis dan Sumber Data .....	43
D. Teknik Pengumpulan Data .....	44
E. Teknik Analisis Data .....	46
F. Teknik Validitas Data .....	48
<b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	49
1. Sejarah LAZIS Nurul Falah Surabaya .....	49
2. Visi, Misi, dan Karakter LAZIS Nurul Falah Surabaya ...	51
3. Struktur Organisasi LAZIS Nurul Falah Surabaya .....	52
4. Program LAZIS Nurul Falah Surabaya .....	52
B. Penyajian Data .....	55
C. Analisis Data .....	82
1. Perspektif Teoretik .....	82
2. Perspektif Dakwah Islam .....	93
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
A. Simpulan .....	98
B. Rekomendasi .....	99
C. Keterbatasan Penelitian .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>110</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Grafik Pemerolehan Donasi.....	7
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi LAZIS Nurul Falah Surabaya.....	52
Gambar 4. 3 Kegiatan Diklat Guru Ngaji.....	53
Gambar 4. 4 Pemberian Modal Pada Pemilik UMKM.....	53
Gambar 4. 5 Safari Dongeng di Salah Satu TPQ .....	54
Gambar 4. 6 Pemberian Bantuan Sembako kepada Korban Bencana Alam .....	55
Gambar 4. 7 Majalah Donatur Nurul Falah .....	58
Gambar 4. 8 Safari Dongeng di TPQ .....	58
Gambar 4. 9 Website TabungAmal.id .....	61
Gambar 4. 10 Santunan Anak Yatim.....	64
Gambar 4. 11 Tamu Laki-Laki Tarhib Ramadan .....	64
Gambar 4. 12 Tamu Perempuan Tarhib Ramadan .....	64
Gambar 4. 13 Santunan Dhuafa.....	64
Gambar 4. 14 Paket Bundling Tebar Cinta Qurban.....	66
Gambar 4. 15 Paket Bundling Tebar Cinta Muharram.....	66
Gambar 4. 16 Workshop Sukses Qurban.....	69
Gambar 4. 17 Rutinan Kajian Tiap Bulan .....	69
Gambar 4. 18 Laporan Keuangan Tiap Bulan Pada Majalah Donatur .....	72
Gambar 4. 19 Laporan Keuangan Tahunan yang dibagikan pada TabungAmal.id.....	72
Gambar 4. 20 Kegiatan Dongeng dan Penghimpunan Donasi .....	75
Gambar 4. 21 Penghimpunan Donasi Keleng .....	75
Gambar 4. 22 Instagram LAZIS Nurul Falah Surabaya.....	78

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Moshiur Rahman, Abul Kalam, and Arifur Rahman. "The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Restaurant Service in Khulna Division." *Research Journal of Finance and Accounting* 3, no. 4 (2012). [https://www.researchgate.net/publication/338344590\\_The\\_Influence\\_of\\_Service\\_Quality\\_and\\_Price\\_on\\_Customer\\_Satisfaction\\_An\\_Empirical\\_Study\\_on\\_Restaurant\\_Services\\_in\\_Khulna\\_Division](https://www.researchgate.net/publication/338344590_The_Influence_of_Service_Quality_and_Price_on_Customer_Satisfaction_An_Empirical_Study_on_Restaurant_Services_in_Khulna_Division).
- Afif, Fikri. "Strategi Customer Relationship Marketing Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PT Mina Wisata Islami Surabaya." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2023.
- Alfred, D. Chandler, Jr. . . *Strategy and Structure: Chapters in The History of The Industrial Enterprise*. Cambridge Mass: MIT Press, 1962.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- . *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Amanda, Salsa, and Muhammad Anwar Fathoni. "Pengaruh Dana ZIS Dan Inflasi Terhadap Tingkat Kemiskinan Dengan Mediasi Pertumbuhan Ekonomi Presentase Penduduk Miskin Di Indonesia Tahun 2012-2022." *Islamic Economics and Business Review* 2, no. 2 (2023): 250–271. <https://ejournal.upnvj.ac.id/iesbir/article/view/6278/2512>.
- Andi, Prastowo. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- Arikunto, Suharsimi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:

Rineka Cipta, 2016.

Assauri, Sofyan. *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.

Azhari, Muhamad Iqbal, Dahlan Fanani, and M. Kholid Mawardi. "Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Kfc Kawi Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 28, no. 1 (2015): 143–148.

<https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1139>.

Carissa, Anatasha Onna, Achmad Fauzi, and Srikandi Kumadji. "Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bandung Sport Distro Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 15, no. 1 (2014).

<https://media.neliti.com/media/publications/84471-ID-penerapan-customer-relationship-manageme.pdf>.

Chan, Syafruddin. *Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.

David. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat, 2004.

Deviacita, Qisty Amanda, and Susanti Kussusanti. "Strategi Komunikasi Persuasi Online Dalam Relationship Marketing." *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 380–395. <https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/4904>.

Dkk, Hitt Michael. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Erlangga, 1997.

Fageh, Achmad, Fatimatul Fatmariyah, and Fathor AS. "Relationship Marketing Dalam Perspektif Islam." *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2022): 63–77. <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/iqtishadia/article/download/5589/2994>.

- Ghony, M. Junaidi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Hamka. *Tafsir Al-Azhar: Diperkaya Dengan Pendekatan Sejarah, Sosiologi, Tasawuf, Ilmu Kalam, Sastra, Dan Psikologi Jilid 1*. Depok: Gema Insani, 2015.
- Harrison, Alfonso, Stefanus Andriano, and Adella Suwandhi. "Pemasaran Relasional Bagi Masyarakat Di Desa Rembitan Dan Pemenang Barat, Lombok-Nusa Tenggara Barat." *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 5, no. 3 (2022): 588–597. [https://www.researchgate.net/publication/374412424\\_PEMASARAN\\_RELASIONAL\\_BAGI\\_MASYARAKAT\\_DI\\_DESA\\_REMBITAN\\_DAN\\_PEMENANG\\_BARAT\\_LOMBOK-NUSA\\_TENGGARA\\_BARAT](https://www.researchgate.net/publication/374412424_PEMASARAN_RELASIONAL_BAGI_MASYARAKAT_DI_DESA_REMBITAN_DAN_PEMENANG_BARAT_LOMBOK-NUSA_TENGGARA_BARAT).
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Jedidia, Khoutem Ben, and Khoulood Guerbouj. "Effects of Zakat on the Economic Growth in Selected Islamic Countries: Empirical Evidence." *International Journal of Development Issues* 20, no. 1 (2020). <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ijdi-05-2020-0100/full/html>.
- Juniar, Rossa, and Agriani Hermita Sadeli. "Pemasaran Relasional Berdasarkan Model Enam Pasar Di Kelompok Tani Cipta Mandiri." *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 10, no. 1 (2024): 1467–1473. <https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/article/view/13200>.
- Kamaluddin, Nurhadi, Ari Susantiaji, and Siti Amalia. "Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Nagamas Mitra Sejati Tegal." *Review of Applied Accounting Research (RAAR)* 1, no. 2 (2021): 63. <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/RAAR/article/view/>

11928.

- Kamaruddin. “Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal LAA MAIYSIR* 4, no. 1 (2017). <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/lamaisyir/article/view/5089>.
- Kandou, Hajar Aswat, Johny Andre Frederik Kalangi, and Joula J. Rogahang. “Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Mandiri KC. Dotulolong Lasut Manado.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 5, no. 4 (2017). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/17518>.
- Karya, Denis Fidita. “Analisis Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengunjung Perpustakaan Kampus A Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (UNUSA).” *Business and Finance Journal* 1, no. 2 (2016). <https://journal2.unusa.ac.id/index.php/BFJ/article/view/280>.
- Kolter, and Armstrong. *Principles Of Marketing (13rd Ed.)*. Upper Sadl. New Jersey, 2010.
- Kristanto, Heru. *Kewirausahaan Entrepreneurship: Pendekatan Manajemen Dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Martaliah, Nurfitri, Efni Anita, Fuad Rahman, and Luthfi Naufal ramli. “Pengaruh Penyaluran Dana Zakat Dan IPM Terhadap Kemiskinan Provinsi Jambi Tahun 2010-2021.” *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 8, no. 2 (2023): 334–344. <https://ejournal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb/article/view/1983>.
- Marzuki. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: BPEE UII Yogyakarta, 2001.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Muhammad Hasbi Zaenal dkk. *Kontribusi Zakat, Infak, Dan Sedekah*

*Terhadap Ekonomi Makro Di Indonesia*. Jakarta: Pusat Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS), 2024. <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1843-kontribusi-zakat-terhadap-perekonomian-makro2>.

Narimawati, Umi. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media, 2008.

Ningsih, Marleni Suriah. “Pengaruh Pemasaran Relasional Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Kubra Kendari.” *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis* 1, no. 1 (2016). <https://ojs.uho.ac.id/index.php/BUSSINESUHO/article/download/9571/6789>.

Oly Ndubisi, Nelson, and Chan Kok Wah. “Factorial and Discriminant Analyses of the Underpinnings of Relationship Marketing and Customer Satisfaction.” *International Journal of Bank Marketing* 23, no. 7 (January 2005): 542–557. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02652320510629908/full/html>.

Pongajouw, Christian Jantje Caesar, Altje L. Tumbel, and Fitty Valdi Arie. “Analisis Swot Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Relasional (Studi Kasus Bengkel Bro Auto Care).” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10, no. 2 (2022): 932–941. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/40845>.

Porta, Hafiq Gani, Isbandriyati Mutmainah, and Iis Anisa Yulia. “Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. CABS Inti Inovasi.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)* 4, no. 2 (2023): 152–161. <https://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jimbi/article/view/2299>.

Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.



Jakarta: Gramedia, 1998.

- Rasmikayati, Elly, Endah Djuwendah, Bobby Rachmat Saefudin, Nur Syamsiyah, and Amallia Ridhatillah. "Kajian Pemasaran Relasional Bayam Jepang (Horenso) Organik Di Inagreen Farm, Dilema Antara Harapan Dan Kenyataan." *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 6, no. 1 (2020): 365. <https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/article/view/3222>.
- Salma, Fitria Solahika, and Ririn Tri Ratnasari. "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya." *JESTT* 2, no. 4 (2015). <https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/view/574>.
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Saputra, and Ariningsih. "Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing Pada Industri Jasa." *Manajemen dan Bisnis* 10, no. 1 (2014). [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1317113&val=617&title=MASA DEPAN PENERAPAN STRATEGI RELATIONSHIP MARKETING PADA INDUSTRI JASA PERBANKAN](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1317113&val=617&title=MASA_DEPAN_PENERAPAN_STRATEGI_RELATIONSHIP_MARKETING_PADA_INDUSTRI_JASA_PERBANKAN).
- Saryono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Alfabeta, 2010.
- Setiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Grasindo, 2010.
- Setiawan, Mulyo Budi, and Ukudi. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah ( Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)." *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 14, no. 2 (2016): 1–23. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/247>.
- Shammout, A., M. Polonsky, and V Edwardson. "Relational Bonds and Loyalty : The Bonds That Tie" (2007).

Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 1*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.

———. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 13*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.

Soewito, Gheany Febidhanty, Suwandi Suwandi, and Agustuti Handayani. “Analisis Relationship Marketing (Pemasaran Relasional) Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Telkomsel Bandar Lampung.” *Jurnal Ilmu Administrasi* 15, no. 2 (2020): 1–58. <https://jurnal.uib.ac.id/index.php/JIA/article/view/1781>.

Sudewo, Eri. *Manajemen Zakat*. Ciputat: Institut Manajemen Zakat, 2004.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Suleiman Aburoub, Abdelmotti, Abdullah Mohammad Hersh, and Kalil Aladwan. “Relationship between Internal Marketing and Service Quality with Customers’ Satisfaction.” *International Journal of Marketing Studies* 3, no. 2 (2011): 107–118. <https://ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/10384>.

Supriana, T. *Strategi Pembangunan Dan Kemiskinan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2018.

Susanto, Herry, and Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Tarmidzi Anas, Achmad, and Ismail Ismail. “Analisis Strategi Relationship Marketing Pada BMT NU Pragaan Kabupaten Sumenep.” *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 4, no. 2 (2021): 96–112. <https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/jesa/article/view/748>.

Teguh, Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa, Indikator Kepuasan Pelanggan*.

Malang: Bayumedia Publishing, 2005.

———. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.

———. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.

———. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.

Umar, Husein. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.

———. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: JBRC, 2000.

Velnampy, and S. Sivesan. “Determinants of Customer Relationship Marketing of Mobile Services Providers in Sri Lanka : - An Application of Exploratory Factor Analysis.” *Industrial Engineering Letters* 2, no. 6 (2012): 10–16. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/IEL/article/view/2237>

Wahyuni, Gusthia, Ridwansyah Ridwansyah, and Muhammad Iqbal Fasa. “Pengaruh Pemasaran Relasional Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Waralaba Internasional Di Tengah Konflik Palestina (Studi Pada Konsumen Mcdonald’s Di Kota Bandar Lampung).” *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara* 4, no. 2 (2024). <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/kreatif/article/view/3721>.

Wantara, Pribanus. “The Relationships among Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty in Library Services.” *International Journal of Economics and Financial Issues* 5 (2015). <https://library.trunojoyo.ac.id/jurnal/No.1-IJEFI-2015.pdf>.

Wibowo, Arif. *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Jakarta:

Universitas Budi Luhur, 2006.

Wibowo, S. "Implementasi Relationship Marketing Pada Industri Hospitality." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 14, no. 2 (2006). <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/komitmen/article/download/12475/5498>.

Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group, 2014.

Zikmund, William G. *Customer Relationship Management: Integrating Marketing Strategy and Information Technology*. New Jersey: John Wiley and Sons, 2003.

"Layanan Program LAZIS Nurul Falah Surabaya." *Pesantren Al Qur'an Nurul Falah Surabaya*. <https://www.nurulfalah.or.id/lazis/service>.

"LAZIS Nurul Falah." *Pesantren Al Qur'an Nurul Falah Surabaya*. Accessed September 15, 2024. <https://www.nurulfalah.org/lazis>.

"Observasi September - November 2024."

"Tentang Kami." *TabungAmal.Id*. <https://tabungamal.id/profil>.

"Visi Misi." *TabungAmal.Id*. <https://tabungamal.id/visi-misi>.

"Wawancara Pribadi Dengan Achmad Fatkhurrozi, M.Pd." Last modified 2024. <https://maps.app.goo.gl/WLHaYXRLZ1cMG2Qr6>.