

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI SYARIAH TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DI BANK SYARIAH HASIL KONVERSI DARI
BANK KONVENSIONAL**

(Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Semarang)

Skripsi

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
dalam Ilmu Ekonomi Islam**



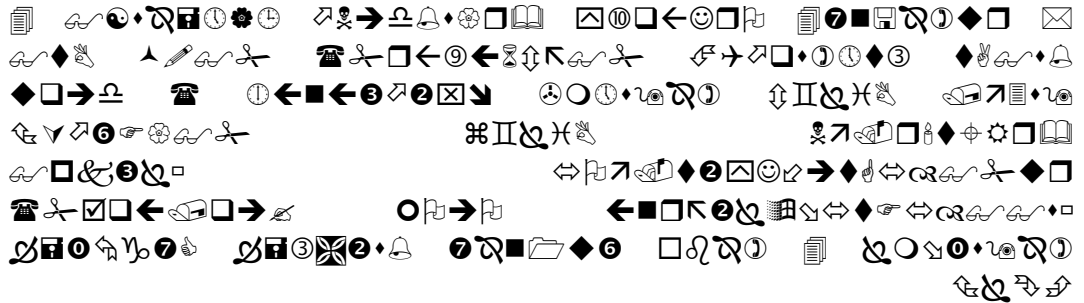
Disusun Oleh:

**Ovie Afifatuzzulfa
092411140**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2013

MOTTO



“Dan kepada Tsamud (kami utus) saudara mereka shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku Amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya).” (Q.S Huud:61)¹

¹ Depag RI, Q.S Huud ayat 61, Jakarta: Depag RI, 1985, hlm 336.

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati Karya kecil ini Ovie persembahkan kepada:
Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kekuatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Pembimbingku Bapak Dr. H. Muchlis M.Si. dan Bapak H. Tolkah S.Ag, M.A. yang telah sabar membimbing penulis.

Untuk Abahku tercinta (Faizin)...walaupun engkau telah di surga sana dengan tenang tapi berkat do'amu, ovie bisa menyelesaikan skripsi ini.

Untuk Umiku tersayang (Maesaroh) yang tak kenal lelah serta memberikan kasih sayang sepanjang masa dan senantiasa memanjatkan do'a untuk anak - anaknya..serta memberikan motivasi dalam hidup ovie.

Buat adik - adikku terkasih... Alfinatin Rizqi Mukarromah yang sudah banyak memberi motivasi, dan adik kecilku Fairuz yang ngegemesin dan bikin kangen selalu pengen pulang kerumah.

Buat pamanku (Fatkhudin) yang sudah memperhatikan dan membantu ovie sampai sebesar ini serta semua keluarga besarku.

Buat Khabibi (Andri Sucipto) terimakasih banyak karena sudah memberikan support yang luar biasa dan sudah banyak membantu penyusunan skripsi ini dari awal nganter kesana kemari..thanks a lot for everything by

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan

Semarang, Juni 2013

Deklarator,

Ovie AfifatuZZulfa
NIM: 092411140

ABSTRAK

Terjadi sebuah kesenjangan penafsiran masyarakat tentang penggunaan sistem syariah pada perbankan syariah, antara nasabah yang bersifat emosional dan rasional. Dimana nasabah emosional bersifat lebih mementingkan nilai keagamaan yang terkandung dalam prinsip syariah Islamnya, sedangkan nasabah rasional lebih ke sistemnya yang dapat memberikan keuntungan lebih untuk dirinya. Masyarakat menanggapi citra atau merek suatu perusahaan secara berbeda, karena merek tidak datang begitu saja namun harus dicapai dengan program pembangunan citra. Dan masyarakat juga ada yang melihat dari kesyariahan sistem perbankan syariah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *brand image* dan persepsi syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Semarang.

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan membagikan kuesioner kepada nasabah, dan pengukurannya menggunakan skala likert.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ngaliyan, Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *probability sampling* (sampel acak) yaitu dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diolah dengan menggunakan SPSS Versi 16.00 *for windows*. Berdasarkan penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 1,588 + 0,282X_1 + 0,104X_2 + e$. Berdasarkan analisis data statistik SPSS 16.00, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel.

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linear berganda (*linear multiple regression*) yang terdapat dalam tabel diketahui bahwa koefisien determinasi (*coefficient of determination*) yang dinotasikan *Adjusted R Square* adalah 0,338 atau 33,8%. Hal ini berarti sebesar 33,8% kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 33,8% variabel loyalitas bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel independen *brand image* dan persepsi syariah. Sedangkan sisanya ($100\% - 33,8\% = 66,2\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

Kata kunci: *brand image*, persepsi syariah, dan loyalitas nasabah

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayahNya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Persepsi Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Hasil Konversi dari Bank Konvensional (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Semarang)**, skripsi ini telah disusun dengan sungguh-sungguh sehingga memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I (satu) pada IAIN Walisongo Semarang. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. DR. H. Muhibbin, M.Ag., selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Bapak DR. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak DR. Ali Murtadlo, M.Ag., selaku Kajur Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang.
4. Bapak DR. Muchlis, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I, serta Bapak H. Tolkah, M.A., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.

5. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang yang telah memberikan berbagai ilmu pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Orang tua penulis Abah Faizin dan Umi Maesaroh yang telah berhasil membimbing dan mendidik penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi dan perkuliahan ini.
7. Keluarga besar penulis Nana dan Fairuz yang telah memberikan motivasi serta Abang Andri yang telah memberikan inspirasi dan kekuatan sampai akhirnya skripsi ini selesai dikerjakan.
8. Seluruh pimpinan dan karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang yang telah memberikan izin dan fasilitas bagi penulis untuk melakukan riset.
9. Teman-teman seangkatan 2009 IAIN Walisongo Semarang, dan warga kost 23, khususnya teman sekamarku Kusuma Wardani terimakasih buat semuanya.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Amin.

Semarang, Juni 2013
Penulis,

Ovie Afifatuzzulfa
NIM: 092411140

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN ABSTRAK	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	x
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xvi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
1.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Bank Syariah	11
2.1.1.1. Pengertian Bank Syariah	11
2.1.1.2. Peranan Bank Syariah	12

2.1.2. Pengertian pengaruh	13
2.1.3. <i>Brand Image</i>	14
2.1.3.1. Pengertian <i>Brand Image</i>	14
2.1.3.2. Pentingnya Citra	19
2.1.4. Persepsi Syariah	20
2.1.4.1. Pengertian Persepsi	20
2.1.4.2. Pengertian Syariah	22
2.1.4.3. Pengertian Persepsi Syariah	24
2.1.5. Loyalitas	28
2.1.6. Bank Syariah Mandiri	36
2.1.6.1. Sejarah Bank Syariah Mandiri	36
2.1.6.2. Produk Pendanaan Bank Syariah M	37
2.1.6.3. Pembiayaan	38
2.1.6.4. Jasa Bank Syariah Mandiri	38
2.2. Penelitian Terdahulu	39
2.3. Kerangka Pemikiran	40
2.4. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Jenis Penelitian	42
3.2. Sumber Data	42
3.3. Metode Pengumpulan Data	43
3.3.1. Metode Angket (Kuesioner)	43
3.3.2. Populasi dan Sampel	44

3.3.3. Variabel Penelitian	46
3.4. Metode Analisis Data	47
3.4.1. Uji Validitas	48
3.4.2. Uji Reabilitas	49
3.4.3. Analisis Regresi	50
3.4.4. Uji Asumsi Klasik	51
3.4.4.1. Uji Multikolonieritas	51
3.4.4.2. Uji Heteroskedastisitas	51
3.4.5. Uji Simultan (Uji F)	52
3.4.6. Uji Parsial (t Test)	53
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	55
4.1.1. Deskripsi Data Penelitian	55
4.1.2. Gambaran Umum Responden	55
4.1.2.1. Responden Menurut Jenis Kelamin	56
4.1.2.2. Responden Menurut Umur	56
4.1.2.3. Responden Menurut Pekerjaan	57
4.1.2.4. Responden Menurut Pendidikan	57
4.2. Deskripsi Data Penelitian	59
4.2.1. <i>Brand Image</i>	60
4.2.2. Persepsi Syariah	62
4.2.3. Loyalitas Nasabah	63
4.3. Analisis Data dan Interpretasi Data	64
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	64

4.3.2. Uji Asumsi Klasik	66
4.4. Analisis	69
4.4.1. Koefisien Determinasi	69
4.4.2. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	70
4.4.3. Uji Parsial (Uji t)	72
4.4.4. Hasil Perhitungan Persamaan Regresi Berganda	74
4.5. Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Keterbatasan Penelitian	79
5.3. Saran	80
5.4. Penutup	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan bank syariah dan bank konvensional.....	12
Tabel 2.2 Pembentukan Nilai Pelanggan	31
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban	44
Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Pengukuran	47
Tabel 4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	56
Tabel 4.1.2 Responden Menurut Umur	57
Tabel 4.1.3 Responden Menurut Pekerjaan	58
Tabel 4.1.4 Responden Menurut Pendidikan	59
Tabel 4.2.1 Hasil Skor Kuesioner Regresi	60
Tabel 4.3.1 Hasil Uji Validitas Instrumen	65
Tabel 4.3.2 Hasil Uji Reabilitas Instrumen	66
Tabel 4.3.3 Hasil Uji Multikolonieritas	67
Tabel 4.4.1 Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.4.2 Hasil Uji Simultan (F)	71
Tabel 4.4.3 Hasil Uji T	73
Tabel 4.4.4 Hasil Uji Regresi Berganda	74

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
--	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lampiran Angket

Lampiran 2 : Deskripsi Data Responden

Lampiran 3 : Daftar Seluruh Jawaban Atas Angket

Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas Angket

Lampiran 5: Output Regresi Berganda dari 100 Responden

Lampiran 6 : Surat Ijin Penelitian

Lampiran 7 : Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian