

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH  
BANK SYARIAH INDONESIA  
Kc BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**OLEH  
MUKHTAR**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
BANJARMASIN  
2022 M/1443 H**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH  
BANK SYARIAH INDONESIA  
Kc BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh:**

**MUKHTAR**

**1501160246**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
BANJARMASIN  
2022 M/1443 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mukhtar  
Nim : 1501160246  
Tempat/Tgl. Lahir : Negara, 05 Mei 1997  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperolehnya karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin 10 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,

Tanda Tangan

  
Mukhtar

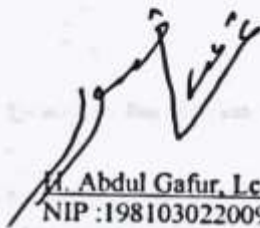
## PERSETUJUAN

**Skripsi yang berjudul** : Pengaruh Citra Merk Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin  
**Ditulis oleh** : Mukhtar  
**N I M** : 1501160246  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam  
**Program** : Strata Satu (S-1)  
**Program Studi** : Perbankan Syariah  
**Tahun Akademik** : 2021-2022  
**Tempat dan Tanggal Lahir** : Negara, 05 Mei 1997  
**Alamat** : Desa Paramaian RT 04 RW 02 Kecamatan Daha Utara Kabupaten Hulu Sungai Selatan

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk diperahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Anatasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 05 Januari 2022

Pembimbing,



M. Abdul Gafur, Lc., MA  
NIP : 198103022009011014

Mengetahui  
Ketua Program Studi Perbankan  
Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Antasari Banjarmasin



Annisa Sayyid, M. Si  
NIP; 198408282009012006

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia”, ditulis oleh Mukhtar, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 24 Januari 2022

Dinyatakan LULUS dengan predikat: B+

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin


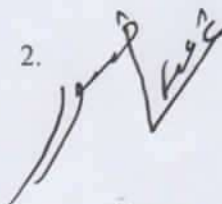




Dr. H. Sukarni, M.Ag.  
NIP. 19630417 199102 1 001

### Tim Penguji:

1. Dra. Hj. Faridah, M.HI  
(Ketua)
2. H. Abdul Gafur, LC., M.A  
(Anggota)
3. Muhammad Rifqi Hidayat, M.Sy  
(Anggota)
4. Muhammad Qamaruddin, M.E  
(Anggota)

### Tanda Tangan

1. 
2. 
3. 
4. 

## ABSTRAK

**Mukhtar.** 2021. *Pengaruh Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: H. Abdul Gafur, Lc., MA.

**Kata Kunci :** Citra Merek, *Word of Mouth*, *Proses Pengambilan Keputusan*

Persaingan industri perbankan Syariah di Indonesia yang sedang terjadi saat ini semakin ketat. Dengan demikian, terjadi pula perubahan di dalam setiap promosi dalam rangka memaksimalkan layanan perbankan serta membuat citra bank semakin positif. Salah satu bentuk promosi pemasaran ialah dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan *word of mouth* terhadap proses pengambilan keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin secara parsial dan simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data (kuesioner). Objek penelitian ini adalah citra merek ( $X_1$ ) dan *word of mouth* ( $X_2$ ) terhadap proses pengambilan keputusan nasabah ( $Y$ ), subyek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji T dan uji F.

Hasil dari penelitian ini. Pertama: hasil Uji F (simultan) menyatakan bahwa variabel citra merek ( $X_1$ ) dan *word of mouth* ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan. Kedua: Berdasarkan hasil Uji T (parsial) hanya satu variabel yang berpengaruh secara parsial yaitu citra merek ( $X_1$ ). Sedangkan variabel *word of mouth* tidak berpengaruh secara parsial terhadap proses pengambilan keputusan.

## **MOTTO**

**Jangan biarkan hari kemarin merenggut banyak hal hari ini**

## **KATA PERSEMBAHAN**

Sebuah karya ini dapat terselesaikan dengan usaha, doa dan kekuatan yang diberikan oleh Allah swt. Tidak ada ucapan yang lebih indah dan pantas selain mengucapkan rasa syukur kepada-Nya.

Puji syukur kepada Allah swt., karena berkat kasih sayang dan limpahan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Tidak lupa juga saya ucapkan shalawat dan salam kepada junjungan kita Baginda Rasulullah saw. Karya ini kupersembahkan untuk kedua orang tua ku tercinta yang tak pernah lelah mendoakan saya. Doa kalian yang selalu memudahkan langkah ini.

Buat orang-orang hebat yang ada di lingkungan saya yang selalu memberi semangat serta motivasi saya ucapkan sangat berterima kasih. Terimakasih juga kepada diri ku sendiri yang mampu berdiri sampai detik ini.

Terimakasih



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

### I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SSy	es dan ye
ص	ṡad	ṡ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṡa'	ṡ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مَنَّكَ يَّيْر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
الْقُدُوس	Ditulis	<i>al-qudūs</i>

## III. Ta' marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*


جَامِعَةٌ	Ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مَكْتَبَةٌ	Ditulis	<i>Maktabah</i>


(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المَكْتَبَةُ الْجَمِيلَةُ	Ditulis	<i>al-maktabah al-jamīlah</i>
---------------------------	---------	-------------------------------

## IV. Vokal pendek

	Fathah	Ditulis	A
---	--------	---------	---

	Kasrah	Ditulis	I
	Dammah	Ditulis	U
شكر	Fathah	Ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	quri'a
يرطق	Dammah	Ditulis	yanīqu

### V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	Ditulis Ditulis	$\bar{a}$ <i>kāmilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	Ditulis Ditulis	$\bar{a}$ <i>ṣallā</i>
3	kasrah + ya mati شديد	Ditulis Ditulis	$\bar{i}$ <i>syadīd</i>
4	dammah + wawu mati صدر	Ditulis Ditulis	$\bar{u}$ <i>ṣudūr</i>

### VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	Ditulis Ditulis	Ai <i>Ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati ونرعون ذي الوتاد	Ditulis Ditulis	Au <i>wa fir'auna zi al-autād</i>

### VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم أشد خلقا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
---------------	---------	--------------------------------

### VIII. Kata sandang alif+lam

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	Ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sāhirah</i>

### IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ  
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah swt. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin”.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata 1 Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat, dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak, khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan dari keterbatasan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, sudah sepatutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sukarni, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Annisa Sayyid, S.H.I., M.S.I, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Dosen Pembimbing Bapak H. Abdul Gafur, Lc., MA. yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Semua informan yang telah bersedia memberikan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Semoga Allah swt. membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha dari Allah swt. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan hukum Islam, Aamiin.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLETERASI ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Definisi Operasional/Batasan Istilah .....	10
F. Kerangka Pemikiran .....	11
G. Hipotesis Penelitian .....	11
H. Penelitian Terdahulu.....	12
J. Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN.....</b>	<b>16</b>
A. Merek.....	16
1. Pengertian Merek.....	16
2. Citra Merek .....	17
3. Indikator Citra Merek .....	19
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek .....	21
B. Word of Mouth.....	24
1. Pengertian Word of Mouth .....	24
2. Indikator dan Dimensi Word of Mouth .....	26
3. Jenis-Jenis Word of Mouth .....	28
4. Word of Mouth dalam Dunia Bisnis.....	28
5. Sumber Word of Mouth.....	30
6. Karakteristik Word of Mouth .....	31
7. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Word of Mouth.....	33
E. Pengambilan Keputusan .....	33
1. Pengertian Pengambilan Keputusan .....	33
2. Indikator Pengambilan Keputusan.....	35
3. Dimensi Pengambilan Keputusan.....	35

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian .....	41
B. Lokasi Penelitian .....	41
C. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel .....	42
D. Data dan Sumber Data.....	43
1. Data Primer .....	43
2. Data Sekunder.....	44
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	45
F. Desain Pengukuran .....	46
1. Variabel.....	46
2. Skala .....	46
G. Uji Instrumen Penelitian.....	47
1. Uji Validitas.....	47
2. Uji Reliabilitas .....	48
H. Uji Asumsi Klasik .....	48
1. Uji Normalitas .....	48
2. Uji Heteroskedastisitas .....	49
3. Uji Multikolinieritas .....	50
I. Teknik Analisis Data .....	51
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
2. Uji Hipotesis .....	52
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
A. Penyajian Data.....	55
1. Karakteristik Responden.....	55
2. Analisa Deskripsi Variabel .....	58
B. Laporan Penelitian.....	78
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	78
2. Uji Asumsi Klasik .....	80
3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
4. Uji Hipotesis .....	88
5. Pembahasan .....	93
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>95</b>
A. Simpulan.....	95
B. Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel I	Bank Umum Syariah di Indonesia.....	3
Tabel II	Variabel Penelitian .....	41
Tabel III	Skor Peritem .....	43
Tabel IV	Kriteria Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefesien Korelasi .....	49
Tabel V	Rekapitulasi Variabel Citra Merek ( $X_1$ ) Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin .....	59
Tabek VI	Rekapitulasi Variabael <i>Word of Mouth</i> ( $X_2$ ) Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin .....	67
Tabel VII	Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin .....	72
Tabel VIII	Hasil Uji Validasi .....	74
Tabel IX	Hasil Uji Reliabilitas .....	75
Tabel X	Coefficients (Uji Multikolinearitas) .....	80
Tabel XI	Model Summary (Analisis Regresi Linier Berganda) .....	81
Tabel XII	Coefficients.....	81
Tabel XIII	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	83
Tabel XIV	Kriteria Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefesien Korelasi .....	84
Tabel XV	Regresi Simultan (Uji F) .....	85
Tabel XVI	Regresi Parsial (Uji T) .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	I	Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar	II	Proses pengambilan Keputusan.....	32
Gambar	III	Histogram Dependent Variable Keputusan Pembelian.....	76
Gambar	IV	Normal P-P Plot Regression Standardized Residual Dependent Variable: Keputusan Pembelian.....	77
Gambar	V	Scatterplot Dependent Variable: Keputusan Pembelian .....	78

## DAFTAR GRAFIK

Grafik I	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Grafik II	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Grafik III	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Grafik IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
Grafik V	Bank Syariah Indonesia Memiliki Keunggulan Produk di Bandingkan Bank Lainnya sistem Bagi Hasil di Bank Syariah Indonesia Menguntungkan Nasabah .....	55
Grafik VII	Pembiayaan di Bank Syariah Indonesia Menguntungkan Nasabah.....	56
Grafik VIII	Bank Syariah Indonesia kc Banjarmasin Mempunyai Citra yang Baik di Masyarakat .....	57
Grafik IX	Bank Syariah Indonesia Memiliki Logo yang Islami dan Mudah Diingat.....	58
Grafik X	Nasabah Mengetahui Produk Tabungan/Pembiayaan BSI Melalui Orang Terdekat.....	61
Grafik XI	Nasabah Mengetahui Produk Tabungan/Pembiayaan BSI Melalui Sales BSI .....	62
Grafik XII	Informasi Tentang Produk-Produk di BSI Menarik Bagi Nasabah .....	63
Grafik XIII	Nasabah Mengetahui Produk Tabungan/Pembiayaan BSI Melalui Media Sosial .....	64
Grafik XIV	Nasabah Mengetahui Produk Tabungan/Pembiayaan BSI Melalui Media Brosur, Pamflet, dan Sejenisnya .....	64
Grafik XV	Informan Menyampaikan Informasi Produk BSI yang Didampingi oleh Pihak BSI maupun Informan Lainnya.....	65
Grafik XVI	Pihak BSI Menyediakan Layanan Konsumen Yang Mudah Dihubungi.....	67
Grafik XVII	Nasabah Memutuskan Menabung di BSI Setelah Mendapatkan Informasi Mengenai Produk Tabungan BSI .....	69
Grafik XVIII	Nasabah Lebih Memilih Menabung di BSI Dibandingkan Bank Konvensional .....	70
Grafik XIX	Nasabah Memilih Menggunakan Produk BSI Dikarenakan BSI Menggunakan Prinsip Syariah .....	71
Grafik XX	Nasabah Tetap Menabung di BSI Meskipun Tempatnya Jauh Dari Tempat Tinggal .....	71