PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN *PHONE BANKING* DI PT. BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG BANJARMASIN

SKRIPSI

OLEH

KHAIRUNNISA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2021M/1442H

PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN *PHONE BANKING* DI PT. BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG BANJARMASIN

SKRIPSI

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

Oleh:
KHAIRUNNISA
1501160173

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
BANJARMASIN
2021M/1442H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Khairunnisa
NIM	: 1501160173
Tempat/ Tgl.Lahir	: Banjarmasin/ 18 November 1997
Jurusan	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti ia merupakan dublikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 19 April 2021

Yang membuat pernyataan,



Khairunnisa

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul	: Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Phone Banking di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin
Ditulis oleh	: Khairunnisa
NIM	: 1501160173
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program	: Strata Satu (S-1)
Jurusan	: Perbankan Syariah
Tahun Akademik	: 2020/2021
Tempat/ tanggal lahir	: Banjarmasin, 18 November 1997
Alamat	: Jl. Pramuka Komplek Angsana RT 02 No 25 Banjarmasin

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

Banjarmasin, 19 April 2021

Pembimbing I,

H. Badrian, S.Ag., M.Ag
NIP. 197307171997031002

Pembimbing II

Pati Matu Jahra, S.Ag., M.S.I
NIP. 197404182002122001

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

H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., MSI
NIP. 197904102005011010

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Phone Banking di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin", ditulis oleh Khairunnisa, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Mei 2021

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (85)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.H.I
NIP. 19600609 198803 1 003

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
H. Badrian, S.Ag., M.Ag.	
Pati Matu Jahra, S.Ag., M.S.I.	
Erissa Nilasari, M.P.	
Yusuf Asyahri, S.E., M.E.	

ABSTRAK

Khairunnisa. 2021. *Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Phone Banking di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: (I) H. Badrian, S.Ag., M.Ag, (II) Pati Matu Jahra, S.Ag., M.S.I.

Kata Kunci : Kesadaran merek, kualitas pelayanan, citra merek.

Semakin berkembangnya perbankan syariah terutama di Indonesia. Bank syariah dituntut untuk meningkatkan teknologi informasi agar pelayanan jasa perbankan berkembang, seperti *phone banking*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan nasabah menggunakan *phone banking* di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data (kuesioner). Objek penelitian ini adalah kesadaran merek (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan citra merek (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y), subyek dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *phone banking* 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 kesadaran merek (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan citra merek (X_3) berpengaruh secara simultan dengan $f_{hitung} = 46{,}336 > f_{tabel}$ 2,70.
Kedua: Berdasarkan hasil Uji T (parsial) hanya dua variabel yang berpengaruh secara parsial yaitu kualitas pelayanan (X_2) dan citra merek (X_3). Hal ini dapat dilihat pada nilai variabel (X_2) t_{hitung} 4,207 > t_{tabel} 1,660. Nilai variabel (X_3) t_{hitung} 2,871 > t_{tabel} 1,660. Sehingga Ho ditolak dan Ha diterima.

MOTTO

…Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya… (QS. Al-Baqarah: 286)

Rasulullah bersabda: Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga. (HR. Muslim)

KATA PERSEMBAHAN

الحمد لله رب العالمين

Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu aku bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan, dalam meraih cita-cita.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk, kedua orang tua...

Terima kasih atas kasih sayang berlimpah yang kalian berikan hingga saat ini, terima kasih juga atas limpahan doa yang tak berkesudahan. Serta segala hal terbaik yang telah kalian lakukan.

Terima kasih selanjutnya untuk Rian Nor Rizki, Ika Aulia dan Apriyanti yang memberikan dukungan, membantu serta mendoakan sampai tugas akhir ini terselesaikan.

Terima kasih juga yang tak terhingga untuk para dosen pembimbing, Bapak & Ibu yang dengan sabar membimbing serta memberikan masukan kepada saya dari awal saya berkuliah sampai sekarang sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Ucapan terima kasih ini saya persembahkan juga untuk seluruh teman-teman saya Lokal E Perbankan Syariah 2015. Terima kasih untuk memori yang kita rajut setiap harinya, atas tawa yang setiap hari kita miliki, dan atas solidaritas yang luar biasa. Sehingga masa kuliah selama 4 tahun yang telah lalu menjadi lebih berarti. Semoga saat-saat indah itu akan selalu menjadi kenangan yang paling indah.

Saya menyadari bahwa hasil karya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi saya harap isinya tetap memberi manfaat sebagai ilmu dan pengetahuan bagi para pembacanya.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṡa'	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	Żа	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	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	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	*muta'aqqidin*
عدة	Ditulis	*'iddah*

3. Ta'marbutah

a. Apabila dimatikan ditulis h.

هبة	Ditulis	*Hibbah*
جزية	Ditulis	*Jizyah*

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمةالأولياء	Ditulis	*Karāmah al auliyā'*

b. Apabila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fatha, kasrah dan dammah ditulis t.

زكاةالفطر	Ditulis	*Zakātul-fitri*

4. Vokal Pendek

ِ	Kasrah	Ditulis	*I*
َ	Fatḥah	Ditulis	*A*
ُ	Ḍammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1	Fathah + alif - جاهلية	Ditulis	ā - *jāhiliyah*
2	Fathah + ya'mati - يسعى	Ditulis	ā - *yas'ā*

3	Kasrah + ya'mati - كريم	Ditulis	i - *karim*
4	Dammah + wawu mati - فروض	Ditulis	ū - *furūḍ*

6. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya'mati - بينكم	Ditulis	ai - *Bainakum*
2	Fathah + wawu mati - قول	Ditulis	au - *Qaulun*

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	*a'antum*
أعدت	Ditulis	*u'iddat*
لئن شكرتم	Ditulis	*la'in syakartum*

8. Kata sandang alif + lam

a. Apabila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf "al".

القران	Ditulis	*al-Qur'ān*
القيا س	Ditulis	*al-Qiyās*

b. Apabila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf "al"nya.

السماء	Ditulis	*as-Samā*
الشمس	Ditulis	*asy-Syams*

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفر وض	Ditulis	*Żawi al-furūd atau Żawil furūḍ*
أهل السنة	Ditulis	*Ahl as-sunnah atau ahlussunnah*

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan karunia, nikmat dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW., keluarga, sahabat dan para pengikut beliau hingga akhir zaman.

Suatu berkah yang layaknya penulis syukuri, akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul : "Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Phone Banking di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin", sebagian salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, dukungan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh Karen itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih, terutama kepada yang terhormat:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah menerima dan menyetujui skripsi ini untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan kemudahan bagi kelancaran proses penggarapan desain operasional skripsi yang penulis ajukan.

3. Bapak H. Badrian, S.Ag., M.Ag. selaku pembimbing I dan Ibu Pati Matu Jahra, S.Ag., M.S.I. selaku pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan, arahan dan koreksi dalam penulisan skripsi ini.
4. Para Dosen, Karyawan/Karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan serta bantuan selama penulis berstudi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Kepala Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan Pengelola Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, beserta seluruh karyawan yang telah membantu penulis dalam peminjaman buku-buku yang penulis perlukan.
6. Pimpinan dan beserta karyawan PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Semua pihak yang memberikan bantuan dan motivasi yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Banjarmasin, April 2021

Penulis

Khairunnisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN ii
HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
MOTTO vi
HALAMAN PERSEMBAHAN vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA viii
KATA PENGANTAR xi
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR GRAFIK xv
DAFTAR TABEL xvi
DAFTAR GAMBAR xvii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Signifikansi Penelitian 8
E. Definisi Operasional 9
F. Kerangka Pemikiran 10
G. Hipotesis Penelitian 11
H. Penelitian Terdahulu 12
I. Sistematika Pembahasan 14

BAB II KESADARAN MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK 16
A. Kesadaran Merek 16
B. Kualitas Pelayanan 18
C. Citra Merek 21
D. Keputusan Nasabah 22
E. Phone Banking 25
1. Pengertian Phone Banking 25
2. Manfaat dan Keuntungan Phone Banking 26
3. Cara Penggunaan Phone Banking 26
4. Tarif dan Biaya Penggunaan Phone Banking 26
5. Registrasi Phone Banking 27
6. Fitur Phone Banking 27
7. Shortcut Layanan Phone Banking 30

BAB III METODE PENELITIAN 34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 34

B. Lokasi Penelitian 34
C. Populasi dan Sampel Penelitian 34
D. Data dan Sumber Data 36
E. Teknik Pengumpulan Data 37
F. Skala Pengukuran 38
G. Instrumen Penelitian 39
H. Teknik Pengolahan Data 41
I. Teknik Analisis Data 41
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 42
2. Uji Asumsi Klasik 43
3. Analisis Regresi Linier Berganda 46
4. Pengujian Hipotesis 47
J. Tahapan Penelitian 48

BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN 50
A. Penyajian Data 50
1. Karakteristik Responden 50
2. Analisis Deskripsi Variabel 53
B. Laporan Penelitian 79
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 79
2. Uji Asumsi Klasik 81
3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 87
4. Uji Hipotesis 90

BAB V PENUTUP 94
A. Simpulan 94
B. Saran 95

DAFTAR PUSTAKA 96
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....

DAFTAR GRAFIK

Grafik I	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	50
Grafik II	Karakteristik Responden berdasarkan Kelamin	51
Grafik III	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	52
Grafik IV	Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan	53
Grafik V	Nasabah Mengenal Layanan Phone Banking	54
Grafik VI	Nasabah Mendapatkan Layanan Phone Banking	55
Grafik VII	Phone Banking Memberikan Pelayanan	56
Grafik VIII	Phone Banking Mudah Diingat	57
Grafik IX	Nomor Layanan Phone Banking Dibuat	59
Grafik X	Phone Banking Memberikan Layanan	61
Grafik XI	Petugas Phone Banking Memberikan	62
Grafik XII	Layanan Phone Banking Dapat Dipercaya	63
Grafik XIII	Layanan Phone Banking Menanggapi Keluhan	64
Grafik XIV	Petugas Phone Banking Cepat dalam Melayani	66
Grafik XV	Nasabah Dapat Menggunakan Phone Banking	67
Grafik XVI	Pelayanan yang Diberikan Petugas Phone Banking	68
Grafik XVII	Phone Banking Memiliki Daya Jangkau yang Baik	69
Grafik XVIII	Phone Banking Memiliki Citra Positif	70
Grafik XIX	Nasabah Termasuk Pengguna Aktif	71
Grafik XX	Nasabah Mencari Informasi tentang Phone	74
Grafik XXI	Nasabah Mempertimbangkan Terlebih Dahulu	75
Grafik XXII	Menggunakan Phone Banking	76
Grafik XXIII	Phone Banking Sesuai dengan Kebutuhan Nasabah	77

DAFTAR TABEL

Tabel I	Fitur Phone Banking	27
Tabel II	Shortcut Phone Banking	30
Tabel III	Instrumen Penelitian	39
Tabel IV	Rekapitulasi Jawaban Responden Kesadaran Merek	58
Tabel V	Rekapitulasi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan	65
Tabel VI	Rekapitulasi Jawaban Responden Citra Merek	72
Tabel VII	Rekapitulasi Jawaban Responden Keputusan Nasabah	78
Tabel VIII	Hasil Uji Validitas	80
Tabel IX	Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel X	Uji Autokorelasi	85
Tabel XI	Uji Multikolinearitas	86
Tabel XII	Model Summary (Analisis Regresi Linier Berganda)	88
Tabel XIII	Coefficients (Analisis Regresi Linier Berganda)	88
Tabel XIV	Regresi Simultan (Uji F)	91
Tabel XV	Regresi Parsial (Uji T)	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar I	Diagram Hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen	11
Gambar II	Piramida Kesadaran Merek	16
Gambar III	Proses Pengambilan Keputusan	23
Gambar IV	Histogram Dependen Variabel Keputusan Nasabah	83
Gambar V	Normal P-P Plot Regression Standardized Residual Dependen Variable Keputusan Nasabah	84
Gambar VI	Scatterplot Dependent Variable : Keputusan Nasabah	87