PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK MUAMALAT KC BANJARMASIN

SKRIPSI

OLEH

NADIA KHAIRINA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN

2026 M/1448 H

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK MUAMALAT KC BANJARMASIN

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (Perbankan Syariah)

Oleh Nadia Khairina

220105020048

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

BANJARMASIN

2026 M/1448 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Nadia Khairina
NIM	: 220105020048
Tempat/Tanggal Lahir	: Palangka Raya/18 Oktober 2004
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Program Studi	: Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul:

"*Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin*".

Adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahawa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 15 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Nadia Khairina

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 678 3434,
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id, website: febi.uin-antasari.ac.id

SURAT PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B-246/Un.14/III.5/PS.S1/PP.00.9/06/2026

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi atas nama Saudara (i) :

Nama	:	Nadia Khairina
NIM	:	220105020048
Program Studi	:	S1 Perbankan Syariah
Judul	:	Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan :

B E B A S P L A G I A S I
Dengan Presentasi Plagiat 22 %

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 15 Juni 2026
Ketua Prodi Perbankan Syariah

Faqih El Wafa,S.H.I.,M.S.I
NIP. 199005232018011002

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul	: Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin
Ditulis oleh	: Nadia Khairina
N I M	: 220105020048
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program	: Strata Satu (S-1)
Program Studi	: Perbankan Syariah
Tahun Akademik	: 2025/2026
Tempat dan tanggal lahir	: Palangka Raya, 18 Oktober 2004
Alamat	: Jl. Kayu Manis No. 33, Kebun Bunga

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, 04 Juni 2026

Pembimbing I	Pembimbing II
Lutpi Sahal, M.S.I	Yusuf Asyahri, S.E., M.E
NIP. 198109212008011008	NIP. 199102242023211020

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

Faqih El Wafa, SHI.,MSI.
NIP.199005232018011002

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin", di tulis oleh Nadia Khairina, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 25 Juni 2026

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (81,58)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin

Dr. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., M.Fin

NIP. 197710312002121002

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan
1	Dr. H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I.	1.
2	Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I.	2.
3	Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M.	3.
4	Yusuf Asyahri, S.E., M.E.	4.

ABSTRAK

Nadia Khairina. 220105020048. *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin*. Pembimbing: Lutpi Sahal, M.S.I. dan Yusuf Asyahri, S.E., M.E. pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Antasari Banjarmasin. 2026.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Kualitas Produk, *Brand Image*, Keputusan Menjadi Nasabah, Bank Muamalat.

Perkembangan perbankan syariah yang semakin pesat mendorong persaingan antarbank dalam memperoleh nasabah. Sebagai bank syariah pertama di Indonesia, Bank Muamalat menghadapi persaingan yang semakin ketat, baik dengan bank syariah lain maupun bank konvensional yang memiliki jaringan dan layanan digital lebih luas sehingga perlu memperkuat strategi pemasaran, seperti *digital marketing*, kualitas produk, dan membangun citra merek yang positif agar tetap menjadi pilihan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara parsial maupun simultan pengaruh *digital marketing*, kualitas produk, dan *brand image* terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat KC Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data primer diperoleh melalui data lapangan dengan penggunaan kuesioner yang dilakukan kepada 98 responden berdasarkan sampel penelitian dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bahwa *digital marketing*, kualitas produk, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai F hitung sebesar 79,102 dan signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,707 menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan 70,7% variasi keputusan menjadi nasabah, sedangkan 29,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

MOTTO

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

PERSEMBAHAN

Setiap perjalanan memiliki tujuan, tapi beberapa perjalanan justru menyadarkan bahwa keberanian untuk bertahanlah yang lebih penting dari sekedar sampai. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ketiga orang tua tercinta, Mama, Ayah dan Abah: yang paling berjasa dalam kehidupan penulis. Mama senantiasa menghadirkan doa, motivasi, nasihat, dan kasih sayang tanpa batas yang terus mengiringi setiap langkah dan ikhtiar penulis, dengan kesabaran dan pengorbanan yang tak pernah terhitung. Dan terkhusus ayah juga sebagai orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial. Seluruh dukungan, perhatian, serta keikhlasan mereka menjadi sumber kekuatan, inspirasi, serta pelita yang senantiasa menerangi perjalanan penulis dalam menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, umur yang panjang, serta membalas seluruh kebaikan, pengorbanan, dan keikhlasan kepada mereka dengan pahala yang berlipat ganda.
2. Sahabat seperjuangan sejak awal perkuliahan sekaligus teman roommate saya, Hilda Nurmaitillah. Terimakasih telah berjalan bersama dalam lelah dan harap, menjadi tempat berbagi keluh, tawa dan semangat ketika langkah terasa berat. Terimakasih karena selalu hadir, bukan hanya dalam kebahagiaan, tetapi juga disaat penulis merasa ragu dan hampir menyerah

hingga mampu menguatkan satu sama lain dalam perjalanan menuju gelar itu.

3. Sahabat dekat saya kemanapun itu selama di kota perantauan ini, Risna Wati. Terimakasih atas setiap waktu, materi, doa, semangat, pendengar yang baik, hingga dukungan serta menjadi rekan yang menemani penulis dari awal perkuliahan hingga selesai. Terimakasih sudah mau menjadi teman penulis dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis, bahkan menjadi teman dalam hal apapun.
4. *Last but not least*, anak perempuan pertama dan harapan orang tuanya, Nadia Khairina. Ya, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri yang telah diam-diam berjuang tanpa henti. Terima kasih telah bekerja keras dan bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan kekhawatiran, namun tetap dijalani dan berhasil dilalui. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski banyak hal yang terjadi di luar prediksi. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah karena kondisi. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah menghadapi tekanan tapi tetap diperjuangkan. Tetap semangat untuk terus berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Penulis berdoa agar langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. *Aamiin*.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin". Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikut beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, arahan, dukungan, serta motivasi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Zaki Mubarak, S.E., M.SI., M.Fin., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Faqih El Wafa, S,H.I., M.S.I., dan Ibu Ilma Mahdiya, M.E., selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

3. Bapak Lutpi Sahal, M.SI dan Bapak Yusuf Asyahri, S.E., M.E., selaku dosen Penasehat Akademik sekaligus Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu, pelayanan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
5. Pimpinan dan seluruh karyawan Bank Muamalat KC Banjarmasin yang telah memberikan izin, bantuan, dan informasi yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian ini.
6. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu, menyemangati, dan mendampingi penulis selama proses penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa hormat dan takzim.

Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kekurangan, dan berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi siapa pun yang membacanya, serta menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran syariah.

Banjarmasin, 15 Juni 2026

Penulis,



(Nadia Khairina)

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Standar transliterasi yang digunakan adalah pedoman transliterasi yang 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:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	bā`	**B**	Be
ت	tā`	**T**	Te
ث	śā`	**ṡ**	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	**J**	Je
ح	hā`	**ḥ**	ha (dengan titik dibawah)
خ	khā`	**Kh**	Kadan ha
د	Dal	**D**	De
ذ	Żal	**Ż**	zet (dengan titik di atas)
ر	rā`	**R**	Er
ز	Zai	**Z**	Zet
س	Sīn	**S**	Es
ش	Syīn	**Sy**	es dan ye
ص	Ṣād	**ṣ**	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	**ḍ**	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā`	**ṭ**	te (dengan titik di bawah)
ظ	zā`	**ẓ**	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	**‘**	Koma terbalik di atas
غ	Gain	**G**	Ge

ف	fā`	**F**	Ef
ق	Qāf	**Q**	Qi
ك	Kaf	**K**	Ka
ل	Lām	**L**	‘el
م	Mim	**M**	‘em
ن	Nun	**N**	‘en
و	Wāwu	**W**	We
ه	hā`	**H**	Ha
ء	Hamzah	**‘**	Apostrof
ى	yā`	**Y**	Ye

B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

رَبَّنَا	Ditulis	*Rabbanā*
مُتَكَبِّر	Ditulis	*Mutakabbir*

C. Tā’ marbūtah

1. Apabila dimatikan ditulis h.

   Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi Bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya.

   Contoh:

هِبَة	Ditulis	*hibah*

2. Apabila tā’ marbūtah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

   Contoh:

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	*Karāmatul-auliyā‘*

D. Vokal Pendek

ـِ	Kasrah	Ditulis	*I*
ـَ	Fathah	Ditulis	*A*
ـُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif **جَاهِلِيَّة**	Ditulis	Ā *Jāhiliyyah*
2	Fathah + ya'mati **يَسْعَى**	Ditulis	Ā *yas'ā*
3	Kasrah + ya'mati **كَرِيم**	Ditulis	Ī *Karīm*
4	Dammah + wawu mati **فُرُوض**	Ditulis	Ū *furūḍ*

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati **بَيْنَكُمْ**	Ditulis	au–*Bainakum*
2	Fathah + wawumati **قَوْلٌ**	Ditulis	au–*Qaulun*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

أَأَنْتُمْ	Ditulis	*a' antum*
أُعِدَّتْ	Ditulis	*u' iddat*
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	*la'insyakartum*

H. Kata sandang Alif + Lam

a) Apabila diikuti huruf Qomariyah ditulis dengan menggunakan huruf "al".

الْقُرْآنُ	Ditulis	*al-Qur'ān*
الْقِيَاسُ	Ditulis	*al-Qiyās*

b) Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf "al" nya.

السَّمَاءُ	Ditulis	*as-Samā*
الشَّمْسُ	Ditulis	*asy-Syams*

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	*Żawi al-furūḍ atau Żawilfurūḍ*
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	*ahl as-sunnah atau ahlussunnah*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN ..... **i**
BUKTI BEBAS PLAGIASI ..... **ii**
PERSETUJUAN ..... **iii**
PENGESAHAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
MOTTO ..... **vi**
PERSEMBAHAN ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xv**
DAFTAR TABEL ..... **xviii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 9
D. Signifikansi Penelitian 9
BAB II **11**
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN **11**
A. Kajian Teori 11
1. Keputusan 11
2. *Digital Marketing* 19
3. Kualitas Produk 23
4. *Brand Image* 26
B. Kajian Penelitian Terdahulu 30
C. Kerangka Pikir 34
D. Hipotesis Penelitian 35
BAB III METODE PENELITIAN **37**
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 37

B. Lokasi Penelitian 38
C. Populasi dan Sampel Penelitian 38
1. Populasi 38
2. Sampel 39
D. Teknik Pengambilan Sampel 41
E. Data dan Sumber Data 42
1. Data 42
2. Sumber Data 43
F. Variabel dan Indikator 44
1. Variabel 44
2. Indikator Variabel 45
G. Teknik Pengumpulan Data 48
H. Teknik Analisis Data 49
1. Uji Kualitas Data 50
2. Uji Asumsi Klasik 52
3. Analisis Regresi Linier Berganda 56
4. Koefisien Determinasi (R^2) 57
5. Uji Hipotesis 58
I. Tahapan Penelitian 60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 62
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 62
1. Sejarah Bank Muamalat KC Banjarmasin 62
2. Visi, Misi, dan Nilai Bank Muamalat Indonesia 64
3. Logo Bank Muamalat Indonesia 65
4. Struktur Organisasi Bank Muamalat KC Banjarmasin 66
5. Produk-produk Bank Muamalat KC Banjarmasin 69
B. Hasil Penelitian 74
1. Deskripsi karakteristik responden 74
2. Hasil Uji Kualitas Data 79
3. Hasil Uji Asumsi Klasik 81
4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 85
5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 87

6. Hasil Uji Hipotesis 88
C. Pembahasan 91
1. Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan Menjadi Nasabah 91
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah 93
3. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Menjadi Nasabah 96
4. Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* secara Simultan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah 99
BAB V PENUTUP 103
A. Kesimpulan 103
B. Saran 104
DAFTAR PUSTAKA 106
LAMPIRAN-LAMPIRAN 109

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Nasabah Aktif 39
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator 45
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran..... 49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 75
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 75
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 76
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan 77
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan 78
Tabel 4. 6 Uji Validitas 79
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas 80
Tabel 4. 8 Uji Normalitas..... 82
Tabel 4. 9 Uji Multikoliniearitas 83
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas..... 84
Tabel 4. 11 Uji Regresi Linier Berganda 86
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 87
Tabel 4. 13 Hasil Uji t (Parsial) 88
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan)..... 90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir..... 34
Gambar 4. 1 Struktur Bank Muamalat KC Banjarmasin 66