PENGARUH *GREEN ADVERTISING* DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* DI INSTAGRAM TERHADAP *BRAND IMAGE* BANK SYARIAH INDONESIA STUDI PADA IKLAN TUKAR BOTOLMU DENGAN UANG

SKRIPSI

OLEH

HESTIA NUR HIDAYAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2026 M/1447 H

PENGARUH *GREEN ADVERTISING* DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* DI INSTAGRAM TERHADAP *BRAND IMAGE* BANK SYARIAH INDONESIA STUDI PADA IKLAN TUKAR BOTOLMU DENGAN UANG

SKRIPSI

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

Oleh :
Hestia Nur Hidayah
220105020131

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
BANJARMASIN
2026 M/1447

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Hestia Nur Hidayah
NIM	:	220105020131
Tempat/Tgl. Lahir	:	Tasikmalaya, 12 Juni 2003
Jurusan	:	Perbankan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

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

Banjarmasin, 03 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Hestia Nur Hidayah

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-185/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	:	Hestia Nur Hidayah
NIM	:	220105020131
Program Studi	:	S1 Perbankan Syariah
Judul	:	Pengaruh Green Advertising Dan Experiential Marketing Di Instagram Terhadap Brand Image Bank Syariah Indonesia Studi Pada Iklan Tukar Botolmu Dengan Uang

Dengan demikian, skripsi Saudara (I) dinyatakan :

B E B A S P L A G I A S I
Dengan Presentasi Plagiat 12 %

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 8 Juni 2026
Ketua Prodi Perbankan Syariah

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

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul	: Pengaruh *Green Advertising* dan *Experiential Marketing* di Instagram Terhadap *Brand Image* Bank Syariah Indonesia Studi Pada Iklan Tukar Botolmu Dengan Uang
Ditulis oleh	: Hestia Nur Hidayah
N I M	: 220105020131
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program	: Strata Satu (S-1)
Program Studi	: Perbankan Syariah
Tahun Akademik	: 2025/2026
Tempat dan tanggal lahir	: Tasikmalaya, 12 Juni 2003
Alamat	: Jl. Tanjung Perak RT.07 RW.02 Kec. Jorong Kab. TALA, Kalimantan Selatan

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, 3 Juni 2026

Pembimbing I	Pembimbing II
Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I	M. Yulian Ma'lum, L.c., M.M
NIP 198503292018012001	NIP 198707242022031001

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

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

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh *Green Advertising* dan *Experiential Marketing* di Instagram Terhadap *Brand Image* Bank Syariah Indonesia Studi Pada Iklan Tukar Botolmu Dengan Uang", ditulis oleh Hestia Nur Hidayah telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari	:	Rabu
Tanggal	:	08 Juli 2026
Dinyatakan LULUS dengan Predikat	:	A (81), Bobot 37,5

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Zaki Mubarak, SE., M.Si, M.Fin
NIP. 197710312002121002

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	
1	Dr. H. Haris Faulidi Asnawani, Lc., M.S.I	1.	
2	Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I		2.
3	M. Yulian Ma'mun Lc, M.M	3.	
4	M. Qamaruddin, M.E.		4.

ABSTRAK

Hestia Nur Hidayah. 2026. Pengaruh *Green Advertising* dan *Experiential Marketing* di Instagram Terhadap *Brand Image* Bank Syariah Indonesia Studi Pada Iklan Tukar Botolmu Dengan Uang. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Difi Dahliana S.E.I., M.E.I dan M. Yulian Ma'lum L.c., M.M

Kata Kunci: *Green Advertising, Experiential Marketing, Brand Image.*

Perkembangan media sosial sebagai sarana pemasaran digital mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi komunikasi yang inovatif dalam membangun dan memperkuat citra merek. Salah satu strategi yang banyak digunakan adalah green advertising dan experiential marketing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh green advertising dan experiential marketing terhadap brand image Bank Syariah Indonesia (BSI) pada iklan "Tukar Botolmu dengan Uang" yang dipublikasikan melalui Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 99 responden yang pernah melihat iklan tersebut. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan green advertising dan experiential marketing berpengaruh signifikan terhadap brand image dengan nilai Fhitung sebesar 42,098 dan signifikansi 0,000. Secara parsial, green advertising berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand image (thitung = 2,339; sig. = 0,021), sedangkan experiential marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand image (thitung = 4,744; sig. = 0,000). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,467 menunjukkan bahwa 46,7% variasi brand image dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Variabel yang paling dominan memengaruhi brand image adalah experiential marketing dengan nilai Beta sebesar 0,492. Penelitian ini menyimpulkan bahwa green advertising dan experiential marketing mampu meningkatkan brand image Bank Syariah Indonesia melalui media Instagram.

ABSTRACT

Hestia Nur Hidayah. 2026. The Influence of Green Advertising and Experiential Marketing on the Brand Image of Bank Syariah Indonesia on Instagram: A Study of the "Exchange Your Bottles for Money" Advertisement. Thesis, Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business. Advisors: Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I. and M. Yulian Ma'lum, Lc., M.M.

Keywords: Green Advertising, Experiential Marketing, Brand Image.

The rapid development of social media as a digital marketing platform has encouraged companies to implement innovative communication strategies to build and strengthen their brand image. Among the strategies widely adopted are green advertising and experiential marketing. This study aimed to examine the influence of green advertising and experiential marketing on the brand image of Bank Syariah Indonesia (BSI) through the "Exchange Your Bottles for Money" advertisement on Instagram.

This study employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 99 respondents who had viewed the advertisement. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity, reliability, classical assumption, multiple linear regression, F-test, t-test, and coefficient of determination analyses with SPSS version 25.

The results revealed that green advertising and experiential marketing simultaneously had a significant effect on brand image, with an F-value of 42.098 and a significance level of 0.000. Partially, green advertising had a positive and significant effect on brand image (t = 2.339; sig. = 0.021), while experiential marketing also had a positive and significant effect (t = 4.744; sig. = 0.000). The coefficient of determination (R^2) was 0.467, indicating that 46.7% of the variation in brand image could be explained by both variables. Experiential marketing was the most dominant variable, with a Beta coefficient of 0.492. Therefore, both strategies contribute to enhancing BSI's brand image through Instagram.

MOTTO

“Barang siapa bertawakal kepada Allah, maka Allah akan mencukupkan Keperluannya.” (QS. Ath-Thalaq: 3)

“Kesabaran dalam proses adalah bentuk kepercayaan terhadap hasil yang sedang dipersiapkan”

“Berjalan pelan bukan berarti tertinggal, selama tidak berhenti melangkah”

-Hestia Nur Hidayah-

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim…

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillahirabbil'alamin, saya panjatkan segala puji kepada Allah SWT atas segala rahmat, kasih sayang, serta pertolongan-Nya yang tiada henti. Berkat izin-Nya, setiap langkah yang terasa berat, setiap air mata, dan setiap doa akhirnya mengantarkan penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Karya sederhana ini penulis persembahkan dengan penuh rasa cinta, hormat, dan terima kasih kepada orang-orang yang tidak pernah lelah mendoakan, mendukung, dan menemani setiap proses perjuangan penulis. Mereka adalah alasan terbesar saya untuk terus bangkit dan tidak menyerah. Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Untuk Cinta pertama dan panutanku, Bapa Jamil. Terimakasih atas setiap tetes keringat dan pengorbanan serta kerja keras yang dilakukan. Beliau memang tidak menempuh Pendidikan hingga perguruan tinggi, namun dengan tekad yang kuat, kerja keras, dan do'a yang tak pernah berhenti beliau mampu mengantarkan anaknya menjadi seorang sarjana. Terimakasih karna selalu berusaha memberikan yang terbaik dan kasih sayang tanpa batas untuk penulis. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga Kesehatan, memenjangkan umur, melimpahkan rezeki, dan membalas setiap kebaikan bapa dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin Ya Rabbal Alamin.
2. Untuk Pintu surgaku Mama Iyet. Terimakasih karena telah menjadi Perempuan terhebat dalam hidup penulis, yang tidak pernah Lelah mendo'a kan, menguatkan dan menyayangi penulis. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulisan skripsi ini, beliau juga memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, tapi semangat, motivasi yang selalu beliau berikan menjadi penguat buat penulis.Terimaksih atas semua doa dan nasehatnya, semoga Allah SWT selalu menjaga mama, memberikan kebahagiaan, Kesehatan, umur yang Panjang, serta mengizinkan penulis untuk terus membahagiakan mama disetiap Langkah kehidupan penulis.

3. Untuk kedua adek tersayang Regi Resnawan dam Muhammad Azril Al-Farizi, terima kasih sudah selalu menjadi penyemangat dalam setiap langkah perjuangan penulis. Melihat kalian tumbuh membuat penulis semakin yakin untuk terus berusaha menjadi pribadi yang lebih baik. Untuk adikku Regi, semoga selalu semangat belajar, jangan takut bermimpi, dan terus berjuang meraih apa yang kamu cita-citakan. Untuk adik kecilku Azril, semoga kamu tumbuh menjadi anak yang sehat, ceria, dan selalu menjadi kebanggaan Bapa dan Mama. Semoga Allah SWT selalu menjaga, melindungi, dan memberikan yang terbaik untuk kalian. Aamin Ya Rabbal Alamin.
4. Dosen Pembimbing Ibu Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I dan Bapak M. Yulian Ma'lum L.c., M.M. Terimakasih banyak atas bimbingan, motivasi, ilmu, dan arahan yang telah diberikan dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Kesehatan, keberkahan, umur Panjang. Aamiin Ya Rabbal Alamin.
5. Untuk sahabat-sahabat terbaikku, Mutia Padila Sari, Nor Lutfia, Salsabila, dan Nadina Rahmah, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih telah menemani setiap proses, berbagi cerita, tawa, air mata, serta saling menguatkan di setiap keadaan. Kalian bukan hanya sahabat, tetapi juga keluarga yang selalu ada di setiap langkah perjuangan penulis. Terima kasih karena tidak pernah lelah memberikan semangat, doa, dan dukungan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga persahabatan kita selalu terjaga, dipenuhi keberkahan, dan semoga Allah SWT mengabulkan segala cita-cita serta impian kita. Semoga suatu hari nanti kita dipertemukan kembali sebagai pribadi yang sukses, tanpa melupakan cerita indah yang pernah kita lalui bersama.Sahabat, teman-teman seperjuangan, serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Untuk seseorang yang istimewa dalam hidup penulis, terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, memberikan semangat, doa, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menemani setiap langkah perjuangan penilis. Semoga Allah SWT selalu menjaga dan

memberkahi setiap langkahmu. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini.

7. Untuk diriku sendiri, terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak memilih menyerah, meskipun ada banyak rasa lelah, kecewa, dan air mata yang harus dilewati. Terima kasih telah berani bangkit setiap kali keadaan terasa sulit dan tetap melangkah meski perlahan. Skripsi ini menjadi bukti bahwa semua perjuanganmu tidak sia-sia. Semoga setelah ini kamu selalu diberi kekuatan untuk terus mengejar impian, membahagiakan orang-orang yang kamu sayangi, dan menjadi pribadi yang lebih baik. Terima kasih, karena sudah mampu sampai di titik ini. Kamu hebat.

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	s\a’	s\	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	h}a’	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha’	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	z\al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra’	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad}	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a’	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a’	z}	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

متكبّر	ditulis	*mutakabbir*
القدوس	ditulis	*al-quddus*

III. Ta’ *marbutah* di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	ditulis	*ja>miah*
مكتبة	ditulis	*maktabah*

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

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

المكتبة الجميلة	ditulis	*al-maktabah al-jami>lah*

IV. Vokal pendek

ـَ	fathah	ditulis	a

ـِ	kasrah	ditulis	i
ـُ	dammah	ditulis	u
شكر	fathah	ditulis	syakara
قرأ	kasrah	ditulis	qur'an
ينطق	dammah	ditulis	yantiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	*a>* *ka>milah*
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	*a>* *swalla>*
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	*i>* *syadid*
4	dammah + wawu mati صدور	ditulis ditulis	*u>* *sudu>r*

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	ai *ruwaidah*
2	fathah + wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	au *wa fir'auna z\i al-autad*

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

أأنتم أشد خلقا	ditulis	*a antum asyaddu khalqan*

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	*al-Qur'an*
الكتاب	ditulis	*al-kita>b*

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan di*idgamkan*

الصبح	ditulis	*as}-s}ubh}u*
الساهرة	ditulis	*as-saahirah*

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	*birr al-walidaini*
إذا الشمس	ditulis	*Iz\a asy-syamsu*

KATA PENGANTAR

بـسم الله الرّحمن الرّحيـم

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Strategi *Green Advertising* dan *Experiential Marketing* di Instagram Terhadap *Brand Image* Bank Syariah Indonesia Studi Pada Iklan Tukar Botolmu Dengan Uang", sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbankan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Prof. Dr. Hj. Nida Mufidah, M.Pd**. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam proses perkuliahan.
2. **Dr. H. Zaki Mubarak, M.Si, M. Fin** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, yang telah memberikan izin dan dukungan akademik.
3. **Faqih El Wafa, SHI., MSI** selaku ketua program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, yang telah memberi arahan dan kebijakannya.
4. **Difi Dahliana S.E.I., M.E.I** selaku dosen Pembimbing pertama, yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
5. **M. Yulian Ma'lum L.c., M.M** selaku dosen Pembimbing pertama, yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis..
7. Kedua orang tua, keluarga, serta sahabat , yang senantiasa memberikan doa, motivasi dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan dalam penelitian selanjutnya.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, 03 Juni 2026

Penulis,



Hestia Nur Hidayah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DEPAN i

HALAMAN JUDUL BELAKANG ii

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN iii

PERSETUJUAN iv

PENGESAHAN v

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

MOTTO viii

PERSEMBAHAN ix

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA xiii

KATA PENGANTAR xvii

DAFTAR ISI xixi

DAFTAR TABEL xxii

DAFTAR GAMBAR xxiii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan Penelitian 7

D. Signifiksi Penelitian 7

E. Definisi Operasional 8

F. Sistematika Penulisan 10

BAB II LANDASAN TEORI 12

A. Kajian Teori 12

B. Penelitian Terdahulu 27

C. Kerangka Pikir 31

D. Hipotesis 32

BAB III METODE PENELITIAN 33

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 33

B. Lokasi Penelitian 33

C. Populasi dan Sampel Penelitian 34

D. Teknik Pengambilan Sampel 35

E. Data dan Sumber Data 36

F. Variabel dan Indikator 37

G. Teknik Pengumpulan Data 37

H. Teknik Analisis Data 38

I. Tahapan Penelitian 48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 52

A. Hasil Penelitian 52

B. Analisis Hasil Penelitian 54

C. Pembahasan 79

BAB V PENUTUP 91

A. Kesimpulan 91

B. Saran 92

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel dan Indikator……..……	38
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Likert ……..…	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin…..…	54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili…….…….	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Nasabah BSI…….……..……	56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia……..……..	56
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melihat Iklan…….	57
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berkomentar……	58
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan…….	58
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Instagram…….	59
Tabel 4.9	Uji Validitas Instrumen …….…….	61
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Instrumen …….…….	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas …….……	69
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linear Berganda ……..	70
Tabel 4.13	Hasil Uji Simultan (Uji F)…….	72
Tabel 4.14	Tabel Koefisien Determinan ……	74

Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji Parsial (Uji t)……. 75

Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Standardized Coefficients (Beta)……. 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir…….	31
Gambar 3.1	Iklan pada akun Instagram resmi Bank Syariah Indonesia mengenai konten “Tukar Botolmu dengan Uang”…….	35
Gambar 4.1	Logo Bank Syariah Indonesia ……	41
Gambar 5.1	Grafik *Normal Probability Plot* Uji Normalitas ……	66
Gambar 5.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas……..	67