

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MARKETING, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA BANK SYARIAH INDONESIA DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Nama : Mutiara Nurul Alifiah

NIM : 20180730114

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022/2023

JUDUL

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA BANK SYARIAH INDONESIA DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Strata Satu
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Disusun oleh:

Nama : Mutiara Nurul Alifiah

NIM : 20180730114

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022/2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Mutiara Nurul Alifiah

Nomor Mahasiswa : 20180730114

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA DI YOGYAKARTA.**

Dengan ini, Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya Saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan Saya penelitian skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Yogyakarta, 25 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,



Mutiara Nurul Alifiah

MOTTO

*Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu,
dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat kecuali bagi orang-orang yang
khusyu'.*

- **QS. Al-Baqarah ayat 45.**

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

- **QS. Al-Insyirah ayat 5.**

Dan bersabarlah, Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.

- **QS. Al-Anfaal ayat 46.**

Dan aku serahkan segala urusanku kepada Allah SWT

- **QS. Ghafir ayat 44.**

*Hatiku tenang,
karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak pernah menjadi takdirmu,
dan apa yang menjadi takdirmu tidak akan pernah melewatkanmu.*

- **Umar bin Khattab.**

Tidak harus menjadi yang paling hebat untuk menjadi baik

- **J.S. Khairen.**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirrabil alamin, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang tiada henti, sebagai tempat saya bermohon do'a untuk kelancaran dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini agar dapat selesai dengan semestinya. Dengan skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT, kepada orang tua yang saya hormati, sayangi, dan cintai Bapak Agus Triyono dan Ibu Sri Mularsih yang selalu memberikan do'a kepada saya, membesarkan saya dengan penuh perjuangan dan rasa sayang, sehingga saya bisa berada di titik ini dan juga Adik saya Allya Rahma Ramadhani yang selalu memberikan support. Terima kasih karna telah menjadi orang tua yang sangat hebat dan semoga segala do'a yang dipanjatkan untuk anakmu menjadi ladang pahala yang tiada henti.

Semoga dengan terselesaikannya skripsi ini menjadi harapan seorang anak untuk dapat membahagiakan orang tuanya dan menjadi persembahan terindah untuk kedua orang tua saya. Persembahan untuk Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai tempat saya menimba ilmu dengan berbagai pengalaman berharga baik akademik maupun *non* akademik. Persembahan yang terakhir untuk diri saya sendiri terima kasih karena sudah sangat kuat dan masih berjuang untuk melewati masa perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga kita semua dapat diberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran. Sholawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang akan selalu menjadi suri tauladan bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, *Customer Relationship Marketing*, dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta”. Skripsi ini disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Sarjana (S1) Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang mengingat keterbatasan dan kemampuan dalam penulisan, maka pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak, penulis ucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syakir Jamaluddin, M.A., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Homaidi Hamid, M.Ag., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Moh. Mas'udi, S.E.I., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Ibu Aqidah Asri Suwarsi, S.E.I., M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa membantu dan meluangkan waktu kesibukannya dalam membantu penulis untuk memberikan arahan penulisan skripsi.

6. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Seluruh Staff Tata Usaha Program Studi Ekonomi Syariah yang telah membantu dalam pengurusan akademik.
8. Kedua Orang Tua dan Adik penulis yaitu Bapak Agus Triyono, Ibu Sri Mularsih, dan Allya Rahma Ramadhani yang saya cintai. Terima kasih telah membantu dan mendo'akan yang terbaik untuk penulis selama menjalankan masa pendidikan dan memberikan support terbaiknya dengan harapan semoga dapat menjadi orang yang bermanfaat untuk sekitar, aamiin InsyaAllah.
9. Terima kasih untuk sahabat Saya Melati Selviana Mentari yang telah memberikan semangat untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi.
10. Terima kasih untuk teman seperjuangan Saya Mega Ayu Wulandari, Afifah Fathin, Lutfi Larasati, Ade Yuliana Anggraini, Wiwi Mutiani, dan teman-teman lainnya yang sedang berjuang bersama selama masa perkuliahan dan hingga bisa menyelesaikan skripsi dengan sebaik mungkin.

Terima kasih kepada semua pihak yang membantu. Semoga kebaikan dari semua pihak yang terkait mendapatkan balasan dari Allah Subhanahu Wata'ala. Penulis menyadari bahwa skripsi yang dibuat masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis menerima kritik dan saran agar dapat membangun penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Semoga adanya skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi kita semua.

Terima Kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 25 Maret 2023



Mutiara Nurul Alifiah

DAFTAR ISI

JUDUL.....	ii
NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN	vi
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	17
A. Tinjauan Pustaka	17
B. Landasan Teori	23
1. Digital Marketing	23
2. Customer Relationship Marketing.....	26
3. Brand Image	31
4. Kepuasan Nasabah.....	33

C. Hipotesis Penelitian	38
BAB III	45
METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian	45
B. Populasi dan Sampel.....	45
C. Teknik Pengumpulan Data	48
D. Jenis dan Sumber Data	49
E. Definisi Konsep dan Operasional Variabel Penelitian	50
F. Teknik Analisa Data	52
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Objek.....	58
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia	58
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	61
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia.....	62
4. Rebranding Logo Bank Syariah Indonesia	63
B. Deskripsi Data	64
C. Uji Validitas.....	77
D. Uji Reliabilitas.....	80
E. Hasil Pengujian R-Square dan Model Struktural	81
F. Pengujian Hipotesis	83
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
BAB V	93
PENUTUP	93
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran	94

DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penghargaan Bank Syariah Indonesia	4
Gambar 1.2 Marketing Bank Syariah Indonesia	7
Gambar 1.3 Keluhan Nasabah	8
Gambar 2.1 Model Penelitian	44
Gambar 4.2 Strukstur Organisasi	62
Gambar 4.3 Rebranding Bank Syariah Indonesia	63
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	65
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	67
Gambar 4.7 Informasi Nasabah Berdasarkan Lama Penggunaan	69
Gambar 4.8 Informasi Nasabah Berdasarkan Rata-Rata Jumlah Transaksi	71
Gambar 4.9 Informasi Nasabah Berdasarkan Jumlah Produk	72
Gambar 4.10 Informasi Nasabah Berdasarkan Keperluan Penggunaan	73
Gambar 4.11 Informasi Nasabah Berdasarkan Intensitas Transaksi	74
Gambar 4.12 Informasi Nasabah Berdasarkan Informasi	75
Gambar 4.13 Informasi Nasabah Berdasarkan Pelayanan BSI	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Skala Likert	49
Tabel 3.2 Definisi Konsep dan Operasional Variabel Penelitian	50
Tabel 3.3 Parameter Model Pengukuran PLS	55
Tabel 3.4 Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	68
Tabel 4.4 Informasi Nasabah Berdasarkan Lama Penggunaan	69
Tabel 4.5 Informasi Nasabah Berdasarkan Rata-Rata Lama Transaksi	71
Tabel 4.6 Informasi Nasabah Berdasarkan Jumlah Produk	72
Tabel 4.7 Informasi Nasabah Berdasarkan Jumlah Produk	73
Tabel 4.8 Informasi Nasabah Berdasarkan Intensitas Transaksi	74
Tabel 4.9 Informasi Nasabah Berdasarkan Informasi	75
Tabel 4.10 Informasi Nasabah Berdasarkan Pelayanan BSI	77

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1 Kuesioner</u>	102
<u>Lampiran 2 Hasil Penelitian</u>	108
<u>Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS 3.2.9</u>	124
<u>Lampiran 4 Wawancara Nasabah</u>	132
<u>Lampiran 5 Turnitin</u>	133