

PENGARUH REPUTASI, KEPERCAYAAN, DAN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT MEMBUKA REKENING DI BANK SYARIAH MUAMALAT SURABAYA

S K R I P S I

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh:

NUR QASHRI ANNISA RAHMA RAHIM

NIM : 2010210791

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2014**

PENGARUH REPUTASI, KEPERCAYAAN, DAN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT MEMBUKA REKENING DI BANK SYARIAH MUAMALAT SURABAYA

S K R I P S I

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh:

NUR QASHRI ANNISA RAHMA RAHIM

NIM : 2010210791

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2014**

PENGARUH REPUTASI, KEPERCAYAAN, DAN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT MEMBUKA REKENING DI BANK SYARIAH MUAMALAT SURABAYA

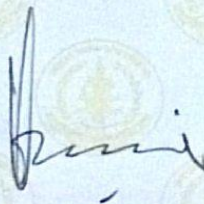
Diajukan Oleh

NUR QASHRI ANNISA RAHMA RAHIM

NIM : 2010210791

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 17 Februari 2014



(Dra.Lindiawati, M.M)

SKRIPSI

PENGARUH REPUTASI, KEPERCAYAAN, DAN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT MEMBUKA REKENING DI BANK SYARIAH MUAMALAT SURABAYA

Disusun oleh :

NUR QASHRI ANNISA RAHMA RAHIM

NIM : 2010210791

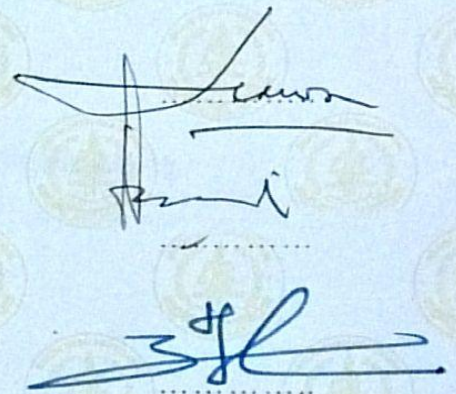
Dipertahankan di depan TIM Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 27 Februari 2014

Tim Penguji

Ketua : Drs. IRAWAN, M.M.

Sekretaris : Dra. LINDIAWATI, M.M.

Anggota : Dr. RONNY, S. Kom., M. Kom., M.H.



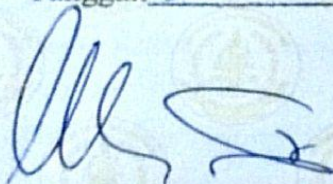
Handwritten signatures of the examiners: Irawan, Lindiawati, and Ronny.

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Qashri Annisa Rahma Rahim
Tempat, Tanggal Lahir : Timika, 13 Juni 1992
N.I.M : 2010 210 791
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Reputasi, Kepercayaan, dan Komunikasi
Word of Mouth terhadap Niat Membuka Rekening di
Bank Syariah Muamalat Surabaya.

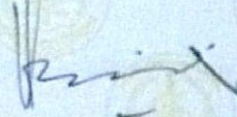
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi SI Manajemen
Tanggal: 26 Maret 2014



(Mellyza Silvy, S.E., M.Si)

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 26 Maret 2014



(Dra. Lindiawati, M.M)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Tujuan itu penting tetapi proses untuk mencapainya jauh lebih penting dan berharga. Percayalah bahwa semua hal yang terjadi dalam hidup datang karena suatu alasan.

Di balik USAHA yang keras, pasti ada KEBERHASILAN. PASTI !

Thanks to :

1. Allah S.W.T, Segala puji dan syukur bagi-Nya atas segala nikmat, berkah serta limpahan rahmat dan hidayah-Nya dari awal hingga akhir masa studiku ini,
2. Kedua orang tua (Ummi & Aby) terimakasih untuk do'a, dukungan dan semangatnya. Ummi, Aby kalian adalah orang TERHEBAT yang pernah aku milki.
3. *My smile*, Adikku tercinta (Adzan) terima kasih untuk do'a, canda dan tawamu selama ini. Cepet sembuh yah adikku sayang, Kamu pasti bisa mengalahkan sakitmu! Gak boleh nyerah! Semoga Allah SWT selalu memberikan kekuatan untukmu dalam menjalani hidup ini. Insya Allah kamu pasti kuat!
4. *My heart*, Firdaus, Daus, Ipe, atau panggil saja Boja (maklum kebanyakan nama. Hehe..) *You're the Best Ever. Thank You for Everything. ALIMHE ☺*
5. Keluargaku (bunda ipe, bapak, adek windri, kak yun, kak acer, *all of my beloved aunts & uncles*) terimakasih untuk dukungannya.
6. Ibu dosen pembimbing (bu Lindi) terimakasih untuk bimbingan dan pelajaran yang berharga.
7. Kalab Bank (bu Aniek), Kalab Komputer (pak Djuwito), Kalab Bahasa (Pak Djuwari) dan pak Romi, akademik (mas agung, pak iwan), Dhella. Yang begitu hebat dan inspiratif. terimakasih telah berbagi ilmu, kesempatan, dukungan dan semangat selama magang . *moment* bersama kalian tentu takkan terlupakan.
8. *My best friend* (Dani, Dira, Vivin), ibarat masakan kalian bertiga itu penyedap rasa dalam hidupku selama 3,5 tahun ini. Nangis, kesel, ketawa dan stress bareng. Terimakasih untuk semuanya.
9. Teman-teman seperguruan amos (Fahmi, Gonna, dwi, dan erick) akhirnya kita bisa menaklukkan sem-amos yeyeyeye....
10. Bapak pramubakti (pengaman buku-buku ku yang tertinggal di kelas), pak satpam (pengaman kunci motor ku #kalo lupa cabut), ibu kantin (pemadam kelaparan di kampus) terima kasih

Begitu banyak orang hebat di sekitarku, dan terimakasih Tuhan atas segala pelajaran hidup yang telah Engkau berikan padaku melalui mereka.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang senantiasa menyertai dan memberi kekuatan kepada penulis dalam pembuatan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Reputasi, Kepercayaan, dan Komunikasi *Word Of Mouth* terhadap Niat Membuka Rekening di Bank Syariah Muamalat Surabaya”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Keberhasilan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M. selaku ketua STIE PERBANAS Surabaya
2. Mellyza Silvy, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Dr. Dra. Ec. Iramani, M.Si selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh studi di STIE PERBANAS Surabaya.
4. Dra. Lindiawati, M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama proses penyelesaian tugas akhir di STIE PERBANAS Surabaya.
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah berbagi ilmu yang sangat bermanfaat selama 3,5 tahun ini.

6. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca untuk tambahan ilmu dan bahan referensi khususnya bagi pembaca yang akan melakukan riset selanjutnya.

Surabaya, 17 Februari 2014

NUR QASHRI ANNISA RAHMA RAHIM

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI.....	II
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	III
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	IV
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
ABSTRACT.....	XIV
BAB I	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
PENDAHULUAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1.2 PERUMUSAN MASALAH.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1.3 TUJUAN PENELITIAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1.4 MANFAAT PENELITIAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
BAB II.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
TINJAUAN PUSTAKA	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.1.1 Hean Tat Keh, Yi Xie (2009).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Long-Yi Lin and Ching-Yuh Lu (2010).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Harsandaldeep Kaur, Harmeen Soch (2012).....	Error! Bookmark not defined.
2.2 LANDASAN TEORI	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.2.1 Reputasi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Kepercayaan	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Komunikasi <i>Word of Mouth (WOM)</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Niat Membeli	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Pengaruh Reputasi terhadap Kepercayaan	Error! Bookmark not defined.
2.2.6 Pengaruh Kepercayaan terhadap Komunikasi WOM..	Error! Bookmark not defined.
2.2.7 Pengaruh Komunikasi <i>WOM</i> terhadap Niat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.8 Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli....	Error! Bookmark not defined.
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.4 HIPOTESIS PENELITIAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
BAB III	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
METODE PENELITIAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.1 RANCANGAN PENELITIAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

3.2	BATASAN PENELITIAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.3	IDENTIFIKASI VARIABEL	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.4	DEFINISI OPESIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL ...	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.4.1	Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.5	PENGUKURAN VARIABEL	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.6	INSTRUMEN PENELITIAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.7	POPULASI, SAMPEL, DAN TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL...	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.8	DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA .	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.8.1	Data	Error! Bookmark not defined.
3.8.2	Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.9	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.9.1	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.10	TEKNIK ANALISIS DATA.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.10.1	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.10.2	Analisis Statistik	Error! Bookmark not defined.
3.10.3	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.1	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
4.2	ANALISIS DATA.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.2.1	Analisis Data Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Analisis Statistik	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.3	PEMBAHASAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.3.1	Pengaruh Reputasi terhadap Kepercayaan	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Komunikasi WOM..	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Pengaruh Komunikasi WOM terhadap Niat Beli	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
PENUTUP	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.1	KESIMPULAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.2	KETERBATASAN PENELITIAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.3	SARAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
DAFTAR RUJUKAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Perkembangan DPK Bank Syariah dan Konvensional	2
Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian	16
Tabel 3.1 : Kategori Mean Variabel Bebas dan Tergantung	42
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Kuesioner	43
Tabel 3.3 : <i>Goodness of Fit Indices</i>	45
Tabel 3.4 : <i>Goodness of Fit Indices</i>	55
Tabel 4.1 : Interval Kelas	63
Tabel 4.2 : Hasil Tanggapan Responden terhadap Var. Reputasi	63
Tabel 4.3 : Hasil Tanggapan Responden terhadap Var. Kepercayaan	64
Tabel 4.4 : Hasil Tanggapan Responden terhadap Var. Komunikasi WOM	65
Tabel 4.5 : Hasil Tanggapan Responden terhadap Var. Niat Beli	66
Tabel 4.6 : <i>Assesment of Normality</i>	68
Tabel 4.7 : <i>Descriptive Statistics</i>	71
Tabel 4.8 : <i>Goodness Of Fit Full Structural Model Uji CFA - Awal</i>	73
Tabel 4.9 : Penilaian <i>Convergent Validity</i>	75
Tabel 4.10 : Uji Reliabilitas Model Awal	77
Tabel 4.11 : Uji Signifikansi dan <i>Critical Ratio</i> Model Awal	78
Tabel 4.12 : <i>Modification Indices Model CFA</i>	79
Tabel 4.13 : <i>Goodness Of Fit Model Uji Cfa Pasca Modifikasi</i>	80
Tabel 4.14 : Hasil Estimasi Revisi Model CFA	81

Tabel 4.15 :	Hasil Uji Reliabilitas Revisi Model	82
Tabel 4.16 :	<i>Goodness of Fit Full Structural Model</i> Awal	83
Tabel 4.17 :	<i>Modification Indices</i> model Akhir	84
Tabel 4.18 :	<i>Goodness of Fit Full Structural</i> Revisi Model Akhir	85
Tabel 4.19 :	Hasil Estimasi Model Akhir	86
Tabel 4.20 :	Ringkasan Pembahasan Uji Hipotesis	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Diagram Kepemilikan Rekening Bank Syariah	3
Gambar 1.2 : <i>Indonesia Brand Champion Award 2013</i>	4
Gambar 1.3 : Diagram Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah Muamalat	5
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Hean Tat Keh, Yi Xie	13
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Long Yi Lin, Ching Yuh Lu	14
Gambar 2.3 : Harsandaldeep Kaur, Harmeen Soch	15
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Nur Qashri Annisa Rahma R.	35
Gambar 3.1 : <i>Full Structural Model</i> Awal	56
Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
Gambar 4.4 : <i>Full Structural Model</i> Awal Uji <i>CFA</i>	72
Gambar 4.5 : <i>Full Structural Model</i> Uji <i>CFA</i> Pasca Modifikasi	79
Gambar 4.6 : <i>Full Structural Equation Model</i> Awal	83
Gambar 4.7 : <i>Full Structural Model</i> Akhir Pasca Modifikasi	84
Gambar 4.8 : Hasil Uji Hipotesis	88

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : *Full Model Structural Model Awal*
- Lampiran 5 : *Output SPSS Informasi Responden*
- Lampiran 6 : *Output SPSS Analisis Deskriptif Frekuensi*
- Lampiran 7 : *Output SEM Uji Normalitas*
- Lampiran 8 : *Output SPSS Z-Score*
- Lampiran 9 : *Output SEM Mahalanobis*
- Lampiran 10 : Gambar *Full Structural Model Uji CFA*
- Lampiran 11 : Hasil Estimasi Model *CFA Awal*
- Lampiran 12 : Tabel *Modification Indices CFA*
- Lampiran 13 : *Full Structural Model Uji CFA Pasca Modifikasi*
- Lampiran 14 : Hasil Estimasi Model *CFA Revisi*
- Lampiran 15 : Gambar *Full Structural Equation Model Awal*
- Lampiran 16 : Tabel *Modification Indices Model Akhir*
- Lampiran 17 : Gambar *Full Structural Model Akhir Pasca Modifikasi*
- Lampiran 18 : Hasil Estimasi Model Akhir
- Lampiran 19 : *Output SPSS Analisis Pertanyaan Tambahan*
- Lampiran 20 : Artikel
- Lampiran 21 : Jurnal Acuan

**THE EFFECT OF REPUTATION, TRUST, AND WORD OF MOUTH
COMMUNICATION ON CUSTOMER INTENTION TO
OPEN ACCOUNT IN MUAMALAT ISLAMIC
BANKING INDONESIA SURABAYA**

*By: Nur Qashri Annisa Rahma Rahim
Student of Economics Faculty, Banking Management
STIE Perbanas Surabaya*

ABSTRACT

The reputation of company, especially on banking industries has important role in creating trust on their consumer. When consumers already believe in the corporate reputation, they will be encouraged to promote the service industry by providing recommendations to the closest friends (Word of Mouth, WOM) in order to jointly use the services provided by the banking industry. The purpose of the research to determine the effect of the bank's reputation on increasing the trust, trust on WOM and WOM on purchase intention customers to open accounts in Muamalat Islamic banking Indonesia Surabaya. In testing the hypothesis Purposes of the study to their can be based on the time of data collection. The study was cross - sectional research, in which the research object the bank Muamalat Indonesia of 125 respondents, they the customers by Conventional Banking in Surabaya. The analysis is by AMOS program with version 21.00 SEM analysis. The result is that there is significant effect of corporate reputation, trust, and wom toward purchase intention customers to open accounts in Muamalat Islamic banking Indonesia Surabaya .

Keywords: Coorporate Reputation, Trust, Word of Mouth, Purchase Intention