

**PENGARUH PERSEPSI, KENYAMANAN, KUALITAS
LAYANAN, DAN *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP
PREFERENSI NASABAH BANK BRI
SYARIAH DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

**PRATINI ODE
2014241053**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

PENGARUH PERSEPSI, KENYAMANAN, KUALITAS LAYANAN, DAN *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP PREFERENSI NASABAH BANK BRI SYARIAH DI SURABAYA

Diajukan oleh :

PRATINI ODE

2014241053

Skripsi ini telah dibimbing dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 29 Juli 2016



Dr. Drs. M NADJIB USMAN, MM.

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI, KENYAMANAN, KUALITAS LAYANAN, DAN *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP PREFERENSI NASABAH BANK BRI SYARIAH DI SURABAYA

Diajukan oleh :

PRATINI ODE

2014241053

Dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi pada tanggal 19 Agustus 2016

Tim Penguji

Ketua : Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitrah, M.Si. 

Sekretaris : Dr. Drs. M Nadjib Usman, MM. 

Anggota : Mochamad Nurhadi, S.Kom., MM. 

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Pratini Ode
Tempat, Tanggal Lahir : Ambon, 7 Mei 1994
N.I.M : 2014241053
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Persepsi, Kenyamanan, Kualitas Layanan,
dan *Islamic Branding* Terhadap Preferensi Nasabah
Bank BRI Syariah di Surabaya.

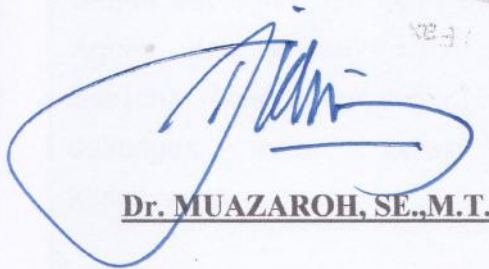
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,

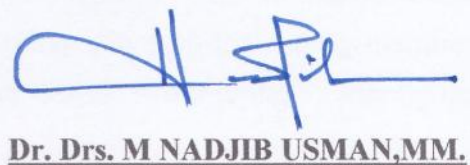
Dosen Pembimbing,

Tanggal : 19 September 2016

Tanggal : 19 September 2016



Dr. MUAZAROH, SE., M.T.



Dr. Drs. M NADJIB USMAN, MM.

Motto dan Persembahan

"Now or Never"

Siapkan diri sebaik-baiknya sekarang dan berbuat sebaik-baiknya saat ini. Karena hari esok tidak pasti.

Jika ingin menyayangi dan mencintai, lakukanlah hari ini. Karena hari esok belum tentu ada.

Hari ini sangat berharga. Jangan pernah memikirkan hal yang sia-sia karena waktu sangat berharga. Lakukanlah hal yang bermanfaat dan hidup bahagia hari ini, karena hidup itu singkat, jadi jangan sia-siakan untuk hal yang sia-sia.

"Persembahan"

Saya persembahkan karya ini kepada keluarga saya, Ibu Asti Sari dan Kakak Pramitasary Ode tercinta yang selalu mendoakan kesuksesan saya ditanah rantau.

Tak lupa pula saya persembahkan untuk semua dosen STIE Perbanas maupun seluruh petingginya yang telah mengajar dan mendidik saya penuh dengan kasih dan cinta.

Dan yang terakhir kepada seluruh sahabat EINHEIT'12, kepada teman seperjuangan mahasiswa transfer (Ajeng, Margaretha, Feby, Agnes, dan Revika), sahabat curhat Sufyana, dan Keluarga besar Sarjana Manajemen angkatan 2016 yang senangtiasa saling memberi dukungan untuk terus bersama-sama berjuang menggapai kesuksesan.

Kata Pengantar

Puji syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Esa atas segala kebesaran yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga dapat dilaksanakan Penulisan Skripsi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Berkat rahmat dan karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul **Pengaruh Persepsi, Kenyamanan, Kualitas Layanan, dan *Islamic Branding* Terhadap Preferensi Nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya**. Program Penulisan Skripsi ini merupakan suatu kewajiban kegiatan yang harus dilaksanakan oleh seluruh mahasiswa Strata 1 Manajemen & Akuntansi dengan tujuan sebagai persyaratan kelulusan di STIE Perbanas Surabaya.

Penulis telah berusaha menyelesaikan penulisan dan penyusunan Skripsi ini semaksimal mungkin dengan menggunakan metode-metode penelitian maupun referensi-referensi yang relevan. Namun masih terdapat kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis.. Oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak yang membaca dan mencermati Skripsi ini guna penyempurnaan karya-karya ilmiah lain yang mungkin akan Penulis tulis dilain waktu.

Skripsi ini dapat terselesaikan tentunya tidak lepas dari bantuan pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, nasihat serta bimbingan kepada peneliti. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Lutfi, S.E.,M.Fin. selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya,
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya sekaligus Dosen Wali Penulis atas bantuan dan nasehatnya,
3. Bapak Dr. Drs, M Nadjib Usman, MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing Penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik,

4. Ibu Asti Sari dan (Alm) Bapak Ane Ode selaku orang tua Penulis juga Pramitasary Ode selaku Kakak Penulis yang mana mereka telah memberikan do'a restu, dukungan semangat disaat Penulis mulai merasa putus asa dan tidak tau harus berbuat apa, serta mereka juga adalah motivasi terbesar yang Penulis miliki sehingga Penulis selalu berusaha, bersemangat dan dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan baik,
5. Bapak dan Ibu dosen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada peneliti selama kuliah berlangsung, dan
6. Semua staf dan pihak civitas akademik STIE Perbanas Surabaya

Akhir kata peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca.

Surabaya, 2 Agustus 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK/RINGKASAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Rancangan Penelitian.....	33
3.2 Batasan Penelitian.....	33
3.3 Identifikasi Variabel	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.6 Penyusunan Instrumen Penelitian	45
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	46
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	48
3.9 Teknik Analisis Data	50
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	59
4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	59
4.2 Analisis Data.....	66
4.3 Pembahasan	86
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Keterbatasan Penelitian	93
5.3 Saran	93

DAFTAR RUJUKAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Posisi DPK Bank BUMN Berbasis Syariah Tahun 2015 di Indonesia.	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang..	15
Tabel 3.1 Skor Penilaian Skala Likert.....	42
Tabel 3.2 Interval Kelas	43
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Pernyataan Kuesioner.....	45
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Nilai Durbin Waston.....	54
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	66
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	67
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....	68
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	69
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Preferensi Nasabah....	70
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Layanan	71
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kenyamanan Layanan.....	73
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan.....	74
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Islamic Branding</i>	75
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.12 Uji Autokorelasi.....	79
Tabel 4.13 Nilai Durbin Watson	80
Tabel 4.14 Koefisien Regresi Linier.....	80
Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F).....	84
Tabel 4.17 Hasil Analisis Uji Parsial (Uji t).....	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran Md. Abdul Jalil dan Muhammad Khalilur Rahman	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Barathy Doraisamy, Arunagiri Shanmugan, dan Ravindran Raman	12
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Syed Akif Hasan, Muhammad Imtiaz Subhani, dan Ms. Amber Osman	14
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	31
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status.....	62
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	64
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan ke Bank.....	65
Gambar 4.8 Uji Heterokedastisitas.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data-Data Kuesioner
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Uji Validitas Sampel Kecil
- Lampiran 5 : Uji Validitas Sampel Besar
- Lampiran 6 : Uji Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 7 : Uji Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 8 : Karakteristik Jawaban Responden
- Lampiran 9 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10 : Uji Regresi Linear Berganda



**THE INFLUENCE OF PERCEPTION, CONVENIENT, SERVICE QUALITY,
AND ISLAMIC BRANDING TOWARD CUSTOMERS
PREFERENCES ON BRI SYARIAH BANK
IN SURABAYA**

Pratini Ode

2014241053

Email : Pratiniode@gmail.com

ABSTRACT

The aim from this study are to know about the effect perceptions of quality, convenience of quality, service quality, and islamic branding toward customers prefernces on BRI Syariah Bank in Surabaya simultaneously as well as partially. Sampling technique used is judgment sampling. The data collection method using questionnaires distributed to 85 respondents users Bank BRI Syariah in Surabaya. This study uses SPSS 20.0 for windows using multiple linear regression analysis. The independent variables in this study are effect perceptions of quality, convenience of quality, service quality, and islamic branding while the dependent variable is customers prefernces. The result showed that independent variables simultaneously have positive significant effect on customers prefernces of BRI Syariah Bank in Surabaya. Partially, the results showed that the perceptions of quality and service quality were positive significant effect on customers prefernces of BRI Syariah Bank in Surabaya, while convenience of quality and islamic branding were negative and not significantly influence customers prefernces of BRI Syaria Bank in Surabaya.

Keywords: Customers Prefernces, Perceptions of Quality, Convenience of Quality, Service Quality, and Islamic Branding.