

## LAMPIRAN I

### KUESIONER PENELITIAN

#### **Pengaruh Ekuitas Merek dan *Syariah Marketing Tactic* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Sehubungan dengan adanya penelitian dalam rangka penyelesaian strata satu (S1) Jurusan Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, maka dengan ini :

Nama : Rheny Afriani

NIM : 20140730269

Fakultas/Jurusan : Agama Islam/ Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : “Pengaruh Ekuitas Merek dan *Syariah Marketing Tactic* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta”

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuisisioner yang telah disediakan sebagai bahan penelitian dan pengumpulan data sesuai dengan judul skripsi diatas. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, April 2018

Hormat saya,

Rheny Afriani

NIM. 20140730269

## Lembar Kuesioner

### Pengaruh Ekuitas Merek dan *Syariah Marketing Tactic* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta

#### PETUNJUK PENGISIAN

Kuesioner atau angket ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

- I. Bagian I berisi tentang identitas responden.
- II. Bagian II berisi tentang daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Pada bagian ini Bapak/Ibu/Sdr/i cukup memilih jawaban yang dianggap sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya, dengan memberikan tanda (✓) checlist pada jawaban tersebut. Terdapat empat jawaban dengan keterangan sebagai berikut :

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Laki-laki     Perempuan

Usia :

< 17 Tahun       31-45 Tahun

17-20 Tahun       46-60 Tahun

21-30 Tahun       > 61 Tahun Keatas

Pendidikan Terakhir :

SD                   SMA/SMK

SMP                 Diploma/ Sarjana

Pekerjaan :

- Pengawai Negeri    Wiraswasta  
 Pegawai Swasta    Pelajar/ Mahasiswa  
 Lainnya.....

## II. Kuesioner (Pertanyaan yang harus dijawab)

### Ekuitas Merek (X1)

#### A. Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*), yaitu ukuran dari kesetiaan nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri.

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya merekomendasikan kepada kerabat, keluarga dan tetangga saya untuk menggunakan produk dan jasa BSM.				

#### B. Kesadaran akan merek (*Brand Awareness*), yaitu kesanggupan seseorang nasabah dalam mengenali atau mengingat merek Bank Syariah Mandiri.

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya mengetahui bahwa BSM adalah bank syariah terbesar.				
2	Saya dapat dengan cepat mengingat simbol BSM, seperti tulisan mandiri syariah dengan latar berwarna hijau dan terdapat gelombang warna emas.				

**C. Persepsi/ kesan akan kualitas (*Perceived Quality*), yaitu persepsi nasabah terhadap keseluruhan kualitas jasa layanan Bank Syariah Mandiri.**

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Variasi dan mutu pada produk dan jasa yang ditawarkan BSM mempengaruhi saya dalam menggunakan BSM dalam melakukan transaksi.				
2	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan BSM dan sudah sesuai dengan apa yang saya harapkan.				

**D. Asosiasi merek (*Brand Associations*), yaitu persepsi yang terbentuk dalam benak nasabah mengenai atribut Bank Syariah Mandiri.**

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Dengan melihat seragam yang digunakan oleh karyawan BSM saya mengetahui bahwa BSM adalah bank syariah.				
2	Saya tahu bahwa BSM merupakan bank syariah karena adanya logo iB pada produk BSM.				

**Syariah Marketing Tactic (X2)**

**A. Diferensiasi (*Differentiation*), yaitu perbedaan penawaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dibandingkan bank syariah lainnya.**

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Peran teknolog dan SDM dalam penawaran yang dilakukan BSM membantu saya dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan.				

**B. *Marketin-Mix*, yaitu mencapai tujuan sasaran yang efektif sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah.**

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Variasi dan mutu produk BSM mempengaruhi saya dalam menggunakan produk tersebut.				
2	Biaya administrasi yang dikeluarkan untuk produk dan jasa Bank Syariah Mandiri relatif murah dan tidak memberatkan.				
3	Promosi penjualan (iklan, brosur, informasi dari mulut ke mulut, dan penjualan langsung oleh <i>marketing</i> ) sangat baik, sehingga saya tertarik untuk menjadi nasabah.				
4	Lokasi kantor layanan Bank Syariah Mandiri sangat strategis dan mudah dijangkau.				
5	Karyawan atau staff BSM selalu bersikap sopan, ramah dan profesional terhadap nasabah.				
6	Proses pendaftaran dan transaksi pada BSM sangat mudah dan cepat.				
7	Fasilitas pada kantor layanan Bank Syariah Mandiri bersih dan rapi sehingga membuat nyaman.				

**C. *Selling*, yaitu bagaimana penjualan Bank Syariah Mandiri dapat menciptakan hubungan jangka panjang dengan nasabah.**

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya merasa penawaran yang dilakukan BSM membantu kebutuhan saya dalam bertransaksi.				

**Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya membutuhkan bank syariah untuk membantu perencanaan keuangan saya.				
2	Saya mencari informasi secara langsung melalui teman atau keluarga yang menggunakan produk dan jasa bank syariah.				
3	Saya menggunakan informasi yang didapat untuk memutuskan memilih produk dan jasa BSM untuk membantu perencanaan keuangan saya.				
4	Saya membuka rekening di BSM karena sangat sesuai dan bermanfaat dalam membantu perencanaan keuangan saya.				
5	Saya merasa puas menggunakan produk tabungan BSM dan akan memilih produk lainnya dimasa mendatang.				
6	Saya akan menjadi nasabah yang setia kepada produk dan jasa BSM serta akan merekomendasikannya kepada teman dan keluarga saya.				







4 7	4	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
4 8	4	2	4	3	3	4	4	2	3	2	3	2	4	4	3	2	3	4	3	3	4	3
4 9	2	4	2	3	2	3	2	2	2	4	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	2	1
5 0	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
5 1	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5 2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
5 3	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	1	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2
5 4	2	3	3	3	2	3	1	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3
5 5	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5 6	4	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2
5 7	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3
5 8	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
5 9	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2
6 0	4	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3
6 1	3	2	2	3	4	3	2	2	2	4	2	2	3	3	4	2	4	3	4	4	4	2
6 2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3
6 3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3
6 4	2	2	2	3	4	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	1
6 5	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
6 6	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3
6 7	2	3	2	3	3	3	1	4	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	2
6 8	2	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	2
6 9	4	3	2	3	4	2	1	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3

70	4	3	2	4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
71	2	2	3	3	2	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
72	2	2	2	3	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
73	3	3	2	4	3	2	2	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	1
74	2	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3
75	2	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3
76	2	4	4	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2
77	3	4	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2
78	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3
79	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3
80	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2
81	2	3	2	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2
82	3	3	2	4	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3
83	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3
84	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3
85	2	3	4	2	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
86	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
87	4	3	2	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3
88	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	2
89	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	2	2	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3
90	4	4	2	2	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3
91	2	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
92	3	2	3	4	3	3	2	4	2	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4

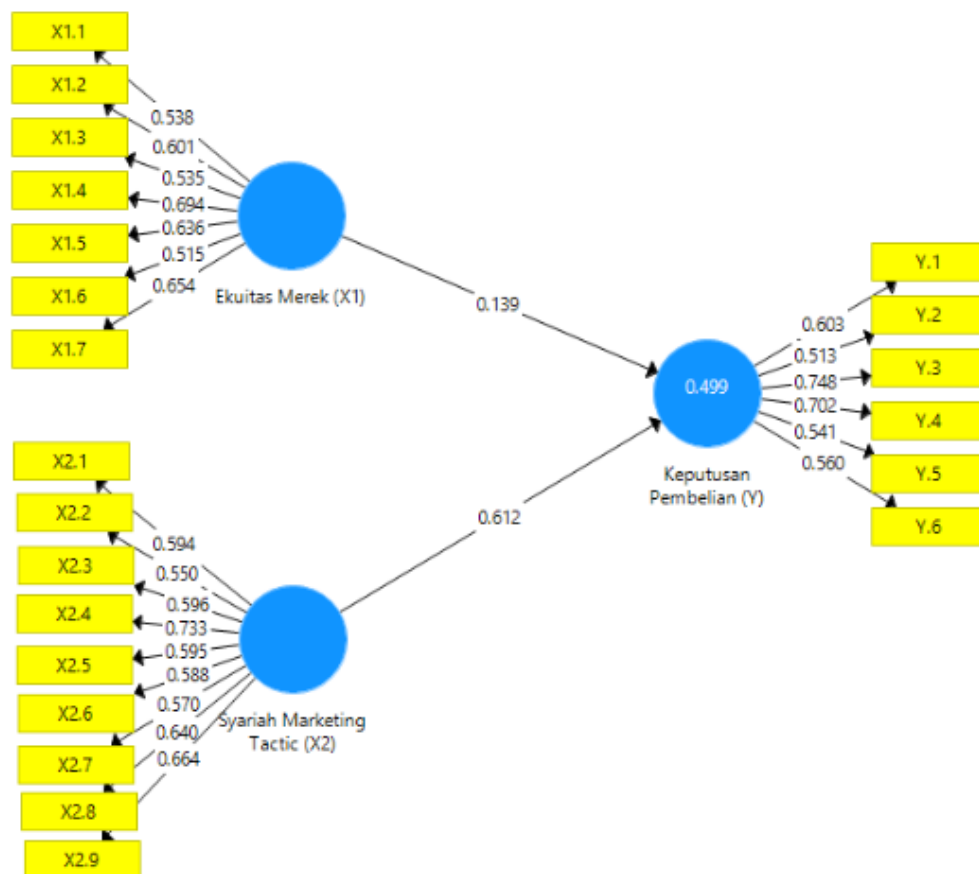
93	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3
94	3	4	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2
95	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3
96	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
97	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
98	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3
99	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
100	3	3	2	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	2	2

	Nilai 4 (%)	Nilai 3 (%)	Nilai 2 (%)	Nilai 1 (%)	Jumlah (%)
X1.1	17	32	50	1	100
X1.2	24	46	28	2	100
X1.3	11	33	52	4	100
X1.4	22	63	12	3	100
X1.5	12	27	59	2	100
X1.6	19	30	50	1	100
X1.7	15	31	48	6	100
X2.1	16	75	9	0	100
X2.2	15	51	33	1	100
X2.3	29	65	5	1	100
X2.4	18	64	15	3	100
X2.5	23	57	18	2	100
X2.6	17	76	7	0	100
X2.7	32	63	5	0	100
X2.8	28	61	10	1	100
X2.9	18	65	16	1	100
Y.1	35	60	4	1	100
Y.2	18	73	9	0	100
Y.3	30	64	6	0	100
Y.4	31	63	5	1	100
Y.5	21	64	15	0	100
Y.6	14	57	25	4	100

	nilai 4 (%)	nilai 3 (%)	nilai 2 (%)	nilai 1 (%)	Jumlah (%)
ekuitas merek (X1)	17,14285714	37,42857143	42,71428571	2,714285714	100
Syariah Marketing Tactic (X2)	21,77777778	64,11111111	13,11111111	1	100
Keputusan Pembelian (Y)	24,83333333	63,5	10,66666667	1	100

**LAMPIRAN 3**  
**HASIL UJI ANALISIS DATA**

**A. UJI VALIDITAS**



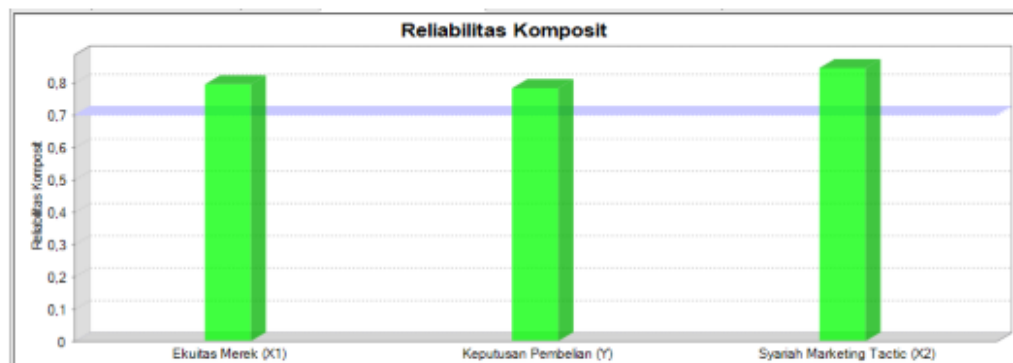
Gambar 4.1 Model diagram jalur hubungan antar variabel laten dalam SEM PLS

### Validitas Diskriminan

	Ekuitas Merek (X1)	Keputusan Pembelian (Y)	Syariah Marketing Tactic (X2)
X1.1	0.538	0.281	0.273
X1.2	0.601	0.229	0.417
X1.3	0.535	0.212	0.338
X1.4	0.694	0.487	0.513
X1.5	0.636	0.308	0.445
X1.6	0.515	0.222	0.187
X1.7	0.654	0.289	0.326
X2.1	0.220	0.430	0.594
X2.2	0.488	0.367	0.550
X2.3	0.442	0.531	0.596
X2.4	0.575	0.477	0.733
X2.5	0.466	0.337	0.595
X2.6	0.360	0.408	0.588
X2.7	0.234	0.361	0.570
X2.8	0.301	0.457	0.640
X2.9	0.334	0.443	0.664
Y.1	0.299	0.603	0.426
Y.2	0.222	0.513	0.258
Y.3	0.332	0.748	0.532
Y.4	0.366	0.702	0.536
Y.5	0.190	0.541	0.193
Y.6	0.421	0.560	0.459

Gambar 4.2 Olah data discriminant validity pada SmartPLS 3 versi 3.27, tahun 2018

## B. UJI RELIABILITAS



Gambar 4.3 Olah data *Composite Reliability* pada SmartPLS 3, tahun 2018

## LAMPIRAN 4

### UJI HIPOTESIS

#### A. UJI R-SQUARE ( $R^2$ )

R Square		
Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Pembelian (Y)	0.888	0.885

Gambar 4.5 Olah data *R-square* pada SmartPLS 3, tahun 2018

#### B. UJI T


##### Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias C...	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (ST...	T Statistics ( O...	P Values	
Ekuitas Merek (X1) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.139	0.151	0.038	1.578	0.115	
Syariah Marketing Tactic (X2) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.612	0.623	0.034	7.327	0.000	

Gambar 4.6 Olah data *bootstrapping* pada SmartPLS 3, tahun 2018

## LAMPIRAN 5

### HASIL TURNITIN

 **PERPUSTAKAAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA (UMY)**  
Terakreditasi "A" (Perpustakaan Nasional RI No : 29/1/ce/XII.2014)

---


Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa Skripsi atas nama :

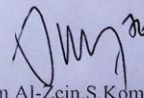
Nama : Rheny Afriani  
Prodi/Fakultas : Ekonomi Syariah/FAI  
NIM : 20140730269  
Judul : PENGARUH EKUITAS MEREK DAN SYARIAH MARKETING TACTIC  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BANK  
SYARIAH MANDIRI YOGYAKARTA  
Dosen Pembimbing : Aqidah Asri Suarsi, S.El., M.El

Telah dilakukan tes Turnitin filter 1%, dengan tingkat similaritasnya sebesar **10%**.  
Semoga surat keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui  
Ka.Ur. Pengolahan dan Layanan

Yogyakarta, 2018-06-05  
yang melaksanakan pengecekan

  
Laela Niswatin, S.I.Pust.

  
Ikram Al-Zein, S.Kom.I.