

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN SYARIAH *MARKETING TACTIC*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BANK
SYARIAH MANDIRI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Strata Satu pada Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Rheny Afriani

NPM: 20140730269

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PRODI EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rheny Afriani

NPM : 20140730269

Jurusan : Ekonomi Syariah

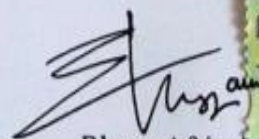
Fakultas : Agama Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek dan *Syariah Marketing Tactic* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagaian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Mei 2018

Yang menyatakan,



Rheny Afriani

20140730269



MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

فَأَصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ.....

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا.....

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

.....وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مِنْ أَمْرِهِ يُسْرًا ﴿٤﴾

“Dan barang -siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sunardi dan Ibu Sumirah, terimakasih karena telah melahirkan dan membesarkan putrinya dengan penuh kasih sayang dan cinta yang tak bisa diungkapkan dengan kata-kata, beserta do'a yang tak pernah putus untuk kesuksesan putrinya.
2. Kedua saudaraku kakak Herman Susanto dan kakak Dedi Erwanto, iparku uni Lina dan ayuk Zanuria, dan keponakan-keponakan yang selalu kurindukan Carel Emiliano Sabian, Diaurahman Ozil Habibi, Muhammad Mesi Algazali dan Keenan Dzikra Muazzam. Terimakasih atas dukungan dan semangat yang telah diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluargaku di Yogyakarta simbah Nyi Dulbani, mak Sami, pakde Saridi, mb Erni Rahmawati, mas Handryono, mb Ika Tuti Sari, keponakanku Alea dan Kenzio. Terimakasih atas semua dukungan, kasih sayang, semangat, dan motivasi yang telah diberikan selama masa kuliah.

Penulis

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan serta kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW karena dengan perjuangannya yang membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini. Dengan kemurahannya maka skripsi berjudul **“Pengaruh Ekuitas Merek dan Syariah Marketing Tactic terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta”** dapat diselesaikan oleh peneliti.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan, saran dan dukungan baerbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir. Gunawan Budiyanoto, M.P., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Akif Khilmiyah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Maesyaroh, MA. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Perbankan Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Aqidah Asri Suwarsi, S.E.I., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan yang sangat membantu bagi saya hingga akhir penulisan skripsi ini.

5. Mukhlis Rahmanto, Lc., MA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan dan saran sehingga skripsi ini telah selesai dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Agama Islam yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan pelajaran yang sangat berharga bagi peneliti.
7. Seluruh pengelola PT. Syariah Mandiri KK UMY Yogyakarta yang telah memberikan izin dan membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini.
8. Teman-teman aneuku dan rekan-rekan EPI E 2014, Andini, Siti, Ema, Bunga, Isyatir, Desi, Nor Ayu, Harliska, Fikri, Tyas, Aliev, Hafla, dll. Terimakasih karena selalu mendukung dengan cara kalian tersendiri dan memberi pertolongan bagaimanapun keadaanku, Dan kepada pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan semuanya disini, baik langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan dari semua pihak yang membantu penulis dapat menjadi amal baik dan mendapat balasan yang lebih dari Allah SWT. Akhir kata peneliti memohon kepada Allah SWT semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi peneliti lain dan pembaca serta semua pihak yang berkepentingan dengan skripsi ini.

Yogyakarta, 12 Mei 2018

Penulis

Rheny Afriani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	xvi
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka.....	12
B. Kerangka Teori.....	17
1. Tinjauan Tentang Ekuitas Merek.....	17
2. Tinjauan Tentang <i>Syariah Marketing Tactic</i>	20
3. Tinjauan Tentang Pengambilan Keputusan	23
C. Kerangka Konseptual	30
D. Hipotesis.....	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	36
B. Waktu dan Tempat Penelitian	36
C. Populasi dan Sempel	37
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Sumber dan Jenis Data	40
F. Definisi Operasional Penelitian.....	41
G. Teknik Keabsahan Data	42
H. Metode Analisis Data.....	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri	46
1. Sejarah Bank Syariah Mandiri	46

2. Profil Lembaga Bank Syariah Mandiri	48
3. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri	48
4. Produk-produk Bank Syariah Mandiri	49
B. Hasil Pembahasan	51
1. Hasil Penelitian	51
2. Pembahasan Hasil Penelitian	62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kantor Layanan, ATM dan Karyawan Bank Syariah Mandiri.....	6
Tabel 1.2 Penghargaan yang Diterima Bank Syariah Mandiri Pada Kuartal Akhir 2017	7
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Terhadap Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 4.1 <i>Outer Loadings</i>	53
Tabel 4.2 <i>Composite Reliability</i>	57

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian konsumen	29
Gambar 2.2 Kerangka konseptual	32
Gambar 4.1 Model diagram jalur hubungan antar variabel laten dalam SEM PLS	53
Gambar 4.2 Olah data <i>Discriminant Validity</i> pada SmartPLS 3, tahun 2018.....	55
Gambar 4.3 Olah data <i>Composite Reliability</i> pada SmartPLS 3, tahun 2018.....	57
Gambar 4.4 Olah data model struktural (<i>inner model</i>) pada SmartPLS 3, tahun 2018.....	58
Gambar 4.5 Olah data <i>R-square</i> pada SmartPLS 3, tahun 2018.....	59
Gambar 4.6 Olah data <i>bootstrapping</i> pada SmartPLS 3, tahun 2018	60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	75
LAMPIRAN 2 TABULASI JAWABAN KUESIONER.....	81
LAMPIRAN 3 HASIL UJI ANALISI DATA	87
LAMPIRAN 4 HASIL UJI HIPOTESIS	89
LAMPIRAN 5 HASIL TURNITIN	90