

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau menyontek karya tulis orang lain, maka saya sedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar sarjana yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 04 April 2023

Penulis

Verliana Regitaningtyas  
NIM. 191420149

## ABSTRAK

Nama: Verliana Regitaningtyas, NIM: 191420149, Judul Skripsi: *Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalty Intention (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Serang Ahmad Yani 1)*. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Saat ini perkembangan teknologi digital telah mencapai tahap tertinggi kebutuhan masyarakat. Memanfaatkan internet sebagai media marketing melalui sosial media merupakan hal yang paling tepat, karena hal ini dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi nasabah dalam memilih, menggunakan produk serta merekomendasikan kepada nasabah lain untuk menggunakan produk yang terdapat di dalam perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1). Bagaimana pengaruh *social media marketing* terhadap *loyalty intention* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Serang Ahmad Yani 1 secara parsial? 2). Seberapa besar pengaruh *social media marketing* terhadap *loyalty intention* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Serang Ahmad Yani 1?. Serta tujuan masalah dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* terhadap *loyalty intention* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Serang Ahmad Yani 1 secara parsial 2). Mengetahui seberapa besar pengaruh *social media marketing* terhadap *loyalty intention* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Serang Ahmad Yani 1.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dimana metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* terhadap *loyalty intention* yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Metode yang digunakan diantaranya uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dan uji heterokedastisitas, serta menggunakan uji statistik seperti uji koefisien korelasi (R), uji t (karena diduga terdapat pengaruh antara *social media marketing* terhadap *loyalty intention*), dan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

Kesimpulannya pengujian hipotesis pada variabel *social media marketing* diketahui nilai t hitung  $7,475 > t$  tabel  $1,660551$ , dengan demikian maka terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty intention* di Bank Syariah Indonesia (BSI). Analisis secara statistik diketahui bahwa persamaan regresi sederhana  $Y = 6,343 + 0,343X$ . Nilai R sebesar  $0,603$  yang artinya hubungan antara variabel *social media marketing* terhadap *loyalty intention* tingkat hubungannya kuat. Nilai R<sup>2</sup> yaitu  $0,357$  atau menunjukkan sekitar  $36,3\%$  dapat dikatakan bahwa *social media marketing* berpengaruh terhadap *loyalty intention* bagi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Serang Ahmad Yani 1, sisanya  $64,3\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Social Media Marketing* dan *Loyalty Intention*



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp.(0254) 2003323 Fax.(0254) 200022

---

|          |                            |                               |
|----------|----------------------------|-------------------------------|
| Nomor    | : Nota Dinas               | Kepada Yth.                   |
| Lampiran | : 1 (satu) eksemplar       | <b>Dekan</b> Fakultas Ekonomi |
| Perihal  | : <b>Usulan Munaqasyah</b> | dan Bisnis Islam              |
|          | <b>a.n. Verliana</b>       | <b>UIN SMH Banten</b>         |
|          | <b>Regitaningtyas</b>      | di-                           |
|          | NIM. 191420149             | Serang                        |

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

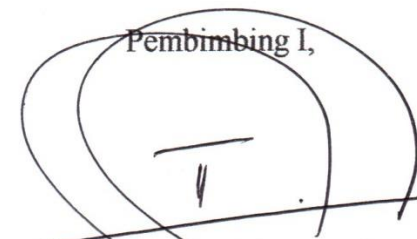
Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara **Verliana Regitaningtyas, NIM. 191420149** dengan judul Skripsi "**Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Loyalty Intention* (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Serang Ahmad Yani 1)**" diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian atas segala perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Serang, 04 April 2023

Pembimbing II,

Pembimbing I,  


**Rustamunadi, S.H., M.H**  
NIP. 196709241989031001



**Siti Marfu'ah, M.P.I.**  
NIP. 199012182019032014

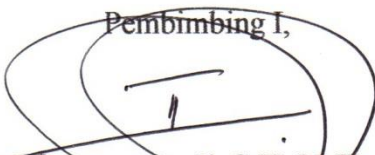
## PERSETUJUAN


**“ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP  
*LOYALTY INTENTION* (STUDI PADA BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP SERANG AHMAD YANI 1)”**

Oleh:

**VERLIANA REGITANINGTYAS**  
**NIM. 191420149**

Menyetujui,

Pembimbing I,  
  
**Rustamunadi, S.H., M.H**  
NIP. 196709241989031001

Pembimbing II,  
  
**Siti Marfu'ah, M.P.I.**  
NIP. 199012182019032014

Mengetahui,

**Dekan**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI**  
NIP. 196402121991032003

**Ketua**

**Jurusan Perbankan Syariah**



**Henny Saraswati, M.M.**  
NIP. 198511172019032013

## PENGESAHAN

Skripsi a.n Verliana Regitaningtyas, NIM: 191420149 yang berjudul: **“Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Loyalty Intention* (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Serang Ahmad Yani 1)”**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, pada tanggal 16 Juni 2023.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

### Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota,



**Dr. Budi Sudrajat, M.A.**  
NIP. 197403072002121004

Sekretaris Merangkap Anggota,



**Nurmaita Hamsyah, M.Si.**  
NIDN. 2005057904

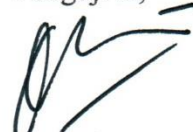
Anggota,

Penguji I,



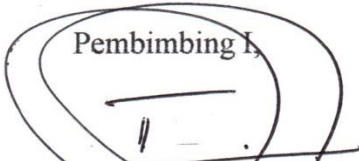
**Hj. Mukhlisatul Jannah, M.M., M.Ak.**  
NIP. 197408222005012003

Penguji II,



**Asti Aini, M.Ak.**  
NIP. 198102192006042002

Pembimbing I,



**Rustamunadi, S.H., M.H.**  
NIP. 196709241989031001

Pembimbing II,



**Siti Marfu'ah, M.P.I.**  
NIP. 199012182019032014

## PERSEMBAHAN

*Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua, ayahanda Hardjanto dan ibunda Eti Susilawati tercinta yang telah mendidik serta selalu mencurahkan rasa kasih sayangnya hingga saat ini, pengorbanaan keduanya tak sanggup untuk dibalas dengan apapun hanya dengan doa yang dapat disanjungkan Ampunilah dosa-dosa mereka berilah kasih sayang pada mereka sebagaimana mereka telah mengasihsayangi diriku di waktu kecil.....aamiin.*

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ  
فَتُصِيبُوهَا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

*“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”*

**(Qs. Al-Hujurat Ayat 6)**

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Verliana Regitaningtyas, NIM: 191420149, dilahirkan di Serang pada tanggal 30 April 2001, penulis adalah anak pertama dari 2 bersaudara, orang tua bernama ibu Eti Susilawati dan bapak Hardjanto. Adapun pendidikan yang sudah penulis tempuh yaitu Sekolah Dasar Negeri (SDN) Walantaka 1 pada tahun 2013, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMP) 8 Kota Serang pada tahun 2016, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 1 Kota Serang jurusan Akuntansi pada tahun 2019, dan kemudin penulis melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, jurusan Perbankan Syariah. Selama menjadi mahasisiwi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis turut menjadi bagian dari anggota organisasi kemahasiswaan yaitu Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Perbankan Syariah sebagai Sekretaris Bidang Kominfo periode 2021-2022 dan *english club Language Improvement For Excellent (LIFE)* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai divisi acara dan media periode 2021-2022.



## KATA PENGANTAR

*Assalamuu'alaikum Wr. Wb.*

Ungkapan puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslim masih diberikan nikmat sehat wal'afiat. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW. yang merupakan suri tauladan bagi umat islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT. Dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh *Social Media Marketing Terhadap Loyalty Intention (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Serang Ahmad Yani 1)***”.

Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan belajar di lingkungan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan belajar di lingkungan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
3. Ibu Henny Saraswati, M.M., Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana

Hasanuddin Banten telah mengarahkan, mendidik, serta memberikan motivasi kepada penulis.

4. Ibu Najmi Hillalliyati, M.Pd., sebagai Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah
5. Bapak Rustamunadi, S.H., M.H., selaku Pembimbing I dan ibu Siti Marfu'ah, M.P.I., selaku Pembimbing II yang telah memberikan, arahan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Hj. Mukhlisatul Jannah, M.M., M.Ak., selaku Dosen Penguji I dan Ibu Asti Aini, M.Ak., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan, dan saran-saran dalam proses revisi penyusunan skripsi ini.
7. Kepada sahabat terbaik, teman seperjuangan selama kuliah Dinar, Putri, Fatim, yang sudah mau mendengarkan keluh kesah perskripsian penulis. Terima kasih telah menemani, memberikan semangat, motivasi, saran serta rasa kepedulian dan kebersamaan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman HMJ dan LIFE terimakasih banyak karena kalian telah mewarnai hari hari perkuliahan penulis dengan banyak kegiatan positif.
9. Kepada teman-teman terbaik PBS D 2019 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan warna yang indah selama masa kuliah ini.
10. Bapak /Ibu seluruh dosen, staf, dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Serang, 04 April 2023

Penulis,

Verliana Regitaningtyas  
NIM. 191420149

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....          | i    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                              | ii   |
| <b>NOTA DINAS</b> .....                           | iii  |
| <b>PERSETUJUAN</b> .....                          | iv   |
| <b>PENGESAHAN</b> .....                           | v    |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....                          | vi   |
| <b>MOTTO</b> .....                                | vii  |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b> .....                        | viii |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                       | ix   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                           | xii  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                         | xv   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                        | xvii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                    | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah.....                    | 1    |
| B. Identifikasi Masalah .....                     | 10   |
| C. Batasan Masalah.....                           | 10   |
| D. Rumusan Masalah .....                          | 11   |
| E. Tujuan Penelitian.....                         | 11   |
| F. Manfaat Penelitian.....                        | 12   |
| G. Kerangka Pemikiran.....                        | 13   |
| H. Sistematika Penulisan.....                     | 16   |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....                | 17   |
| A. Konsep <i>Social Media Marketing</i> .....     | 17   |
| 1. Pengertian <i>Social Media Marketing</i> ..... | 17   |
| 2. Pendekatan <i>Social Media Marketing</i> ..... | 18   |
| 3. Manfaat <i>Social Media Marketing</i> .....    | 20   |

|                |   |    |
|----------------|---|----|
| 4.             | Bentuk Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial .....                  | 22 |
| 5.             | Jenis-Jenis <i>Social Media Marketing</i> .....                         | 23 |
| 6.             | Indikator <i>Social Media Marketing</i> .....                           | 25 |
| B.             | Konsep <i>Loyalty Intention</i> .....                                   | 27 |
| 1.             | Pengertian <i>Loyalty Intention</i> .....                               | 27 |
| 2.             | Tingkatan <i>Loyalty Intention</i> .....                                | 27 |
| 3.             | Motivasi Melakukan <i>Word Of Mouth</i> .....                           | 28 |
| 4.             | Menciptakan <i>Word Of Mouth</i> .....                                  | 30 |
| 5.             | Indikator <i>Loyalty Intention</i> .....                                | 30 |
| C.             | Penelitian Terdahulu .....  | 31 |
| D.             | Hubungan <i>Social Media Marketing Terhadap Loyalty Intention</i> ..... | 37 |
| E.             | Hipotesa.....   | 37 |
| <b>BAB III</b> | <b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....                                      | 39 |
| A.             | Ruang Lingkup Penelitian.....   | 39 |
| B.             | Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....                           | 40 |
| C.             | Populasi dan Sampel .....   | 41 |
| D.             | Teknik Pengambilan Sampel.....  | 42 |
| E.             | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....                       | 43 |
| F.             | Teknik Analisis Data.....   | 50 |
| 1.             | Uji Kualitas Data .....   | 50 |
| 2.             | Uji Asumsi Klasik .....   | 51 |
| 3.             | Uji Hipotesis.....  | 52 |
| <b>BAB IV</b>  | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....                            | 55 |
| A.             | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                    | 55 |
| B.             | Analisis Deskriptif.....  | 57 |
| 1.             | Hasil Analisis Deskripsi Data Penelitian.....                           | 57 |

|   |    |
|---|----|
| 2. Statistik Deskriptif Responden .....           | 64 |
| C. Statistik Inferensial.....                     | 74 |
| 1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas ..... | 74 |
| 2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....                  | 77 |
| 3. Analisis Regresi Linear Sederhana .....        | 82 |
| 4. Uji Parsial (Uji-t).....                       | 84 |
| 5. Uji Hipotesis .....                            | 85 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian .....              | 86 |
| <b>BAB V    PENUTUP</b> .....                     | 91 |
| A. Kesimpulan.....                                | 91 |
| B. Saran.....                                     | 92 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                             |    |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                          |    |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                     | 32 |
| Tabel 3.1 Instrumen Penelitian .....                     | 41 |
| Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian .....          | 45 |
| Tabel 3.3 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi ..... | 54 |
| Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Akhir Responden .....       | 57 |
| Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....                  | 62 |
| Tabel 4.3 Usia Responden .....                           | 62 |
| Tabel 4.4 Jenis Tabungan Responden .....                 | 63 |
| Tabel 4.5 X1_P1 .....                                    | 64 |
| Tabel 4.6 X1_P2 .....                                    | 65 |
| Tabel 4.7 X1_P3 .....                                    | 65 |
| Tabel 4.8 X2_P1 .....                                    | 66 |
| Tabel 4.9 X2_P2 .....                                    | 67 |
| Tabel 4.10 X3_P1 .....                                   | 67 |
| Tabel 4.11 X3_P2 .....                                   | 68 |
| Tabel 4.12 X3_P3 .....                                   | 69 |
| Tabel 4.13 X4_P1 .....                                   | 69 |
| Tabel 4.14 X4_P2 .....                                   | 70 |
| Tabel 4.15 Y1_P1 .....                                   | 71 |
| Tabel 4.16 Y2_P1 .....                                   | 71 |
| Tabel 4.17 Y2_P2 .....                                   | 72 |
| Tabel 4.18 Y3_P1 .....                                   | 73 |
| Tabel 4.19 Y3_P2 .....                                   | 73 |
| Tabel 4.20 Uji Validitas Variabel X .....                | 75 |
| Tabel 4.21 Uji Validitas Variabel Y .....                | 76 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.22 Uji Reliabilitas Variabel X .....                   | 76 |
| Tabel 4.23 Uji Reliabilitas Variabel Y .....                   | 77 |
| Tabel 4.24 Analisis <i>Kolmogrov Smirnov Monte Carlo</i> ..... | 80 |
| Tabel 4.25 Uji Heterokedastisitas .....                        | 82 |
| Tabel 4.26 Regresi Linear Sederhana .....                      | 83 |
| Tabel 4.27 Uji T.....  | 84 |
| Tabel 4.28 Koefisien Korelasi .....                            | 85 |
| Tabel 4.29 Koefisien Determinasi .....                         | 85 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Pengguna Internet Di Indonesia..... | 3  |
| Gambar 1.2 Akun Instagram BSI .....            | 8  |
| Gambar 1.3 Bagan Kerangka Pemikiran .....      | 15 |
| Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas .....      | 78 |
| Gambar 4.2 Grafik P Plot Uji Normalitas.....   | 79 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....   | 81 |