

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 kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarism atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 29 Maret 2021

Rasinih
NIM: 171420128

ABSTRAK

Nama : **Rasinih**, Nim : **171420128**, Judul Skripsi : **Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Media Communication* Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Masyarakat Sumur Pecung)**

Melihat persaingan pada industri perbankan dan jasa keuangan yang semakin intensif, menuntut bank harus memahami kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Produk pada dasarnya segala hal yang dapat dipasarkan yang dapat memuaskan konsumennya ketika dipakai atau digunakan. Supaya produk dapat dikenal oleh konsumen adalah dengan menciptakan merek.

Adapun perumusan masalah dari penelitian ini yaitu 1).Apakah *Brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap masyarakat dalam memilih produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang?. 2).Apakah *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peminat produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang?. 3). Apakah *Media Communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap masyarakat untuk memilih produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang?. 4).Apakah pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Media Communication* secara bersama terhadap masyarakat dalam memilih produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu 1).Untuk menelaah apakah *Brand Awareness* berpengaruh pada masyarakat dalam memilih produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang 2).Untuk menelaah apakah *Brand Image* berpengaruh pada peminat produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang 3).Untuk menelaah apakah *Media Communication* berpengaruh pada masyarakat untuk memilih produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang 4).Untuk menelaah pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Media Communication* secara bersama terhadap masyarakat dalam memilih produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda di mana metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh brand awareness, brand image dan media communication terhadap minat memilih produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Metode uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas serta menggunakan uji statistik diantaranya uji analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji F, uji T.

Kesimpulannya dari pengujian hipotesis *Brand Awareness* t_{hitung} adalah 2,047, *Brand Image* t_{hitung} adalah 2,348 dan *Media Communication* t_{hitung} adalah 2,076. yang artinya secara parsial variabel *brand awareness* (X1) variabel *brand image* (X2) dan variabel *media communication* (X3) berpengaruh terhadap variabel minat memilih produk (Y). Terdapat pengaruh secara serempak antara *brand awareness*, *brand image*, *media communication* terhadap minat memilih produk dari hasil uji nilai F_{hitung} $39,425 > F_{tabel} 3,20$. Dan diperoleh nilai $sig 0,000 < 0,05$. Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara variabel *brand awareness*, *brand image* dan *media communication* terhadap minat memilih produk. Terdapat pengaruh yang berasal dari nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,720 atau 72% yang artinya *brand awareness*, *brand image* dan *media communication* berpengaruh terhadap minat memilih produk sebesar 72% dan sisanya 28% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Brand Image, Media Communication* dan Minat Memilih Produk



Nomor : Nota Dinas Kepada Yth.
Lampiran : 1 (satu) eksemplar **Dekan** Fakultas Ekonomi
Hal : **Usulan Munaqasyah** dan Bisnis Islam
a.n. Rasinih **UIN SMH Banten**
NIM.171420128 di-
Serang

Assalamu'alaikum wr.wb

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara **Rasinih, NIM. 171420128** dengan judul skripsi **“Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang (Studi Kasus Pada Masyarakat Sumur Pecung Serang)”**, 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 penuh harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Serang, 29 Maret 2021

Pembimbing II

Di'amah Fitriyvah, M.Pd
NIP.198703062015032003

Pembimbing I,

Rustamunadi, M.H.
NIP.196709241989031001

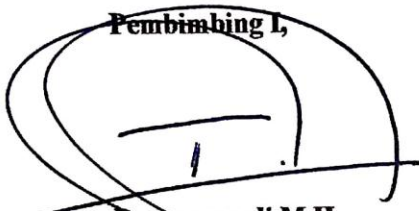
PERSETUJUAN

***PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN
MEDIA COMMUNICATION TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK
BANK SYARIAH MANDIRI CABANG SERANG (STUDI KASUS PADA
MASYARAKAT SUMUR PECUNG SERANG)***

Oleh :

Rasinih
NIM: 171420128

Menyetujui,

Pembimbing I,

Rustomunadi.M.H.
NIP.196709241989031001

Pembimbing II

Di'amah Fitriyyah.M.Pd
NIP.198703062015032003

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam**



Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh.M.Si.
NIP.198306112006042001

**Ketua Jurusan
Perbankan Syariah**



Hendrieta Fericka.M.Si.
NIP.196402121991032003


PENGESAHAN

Skripsi a.n. Rasinih NIM : 171420128 yang berjudul : **“Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang (Studi Kasus Pada Masyarakat Sumur Pecung Serang)”**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 5 Mei 2021, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota

Sekretaris Merangkap Anggota



Dr. Hi. Nihavatul Maskuroh, M.Si.

NIP.196402121991032003



Elsa, M.Ak.

NIP.198510062019032011

Anggota-Anggota,

Penguji I,



Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag, M.M.

NIP.197203171999031001

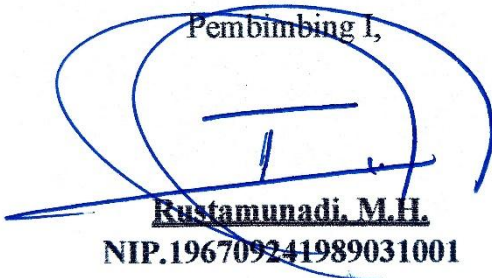
Penguji II



Mochamad Indrajit Rov, M.M.

NIP. 198011292015031001

Pembimbing I,



Rastamunadi, M.H.

NIP.196709241989031001

Pembimbing II,



Di'amah Fitriyyah, M.Pd.

NIP.198703062015032003

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan Skripsi ini
untuk Kedua Orang Tua,
Ayahanda Abdul Wahab
dan Ibunda Riyana
tercinta yang telah mendidik
serta selalu mencurahkan
rasa kasih sayangnya hinggat saat ini,
pengorbanan keduanya
tak sanggup untuk dibalas dengan apapun
hanya dengan do'a yang dapat
disanjungkan
Ampunilah dosa-dosa pada mereka
Berilah kasih sayang pada mereka
Sebagaimana mereka telah mengasihi sayangi diriku di waktu kecil....
Aamiin

MOTTO

وَأَكْمَلُ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنَهُمْ خُلُقًا

“Dan orang mukmin yang paling sempurna imannya adalah mereka yang paling baik akhlaknya”. (HR.Ahmad)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Rasinih, lahir di Indramayu pada tanggal 28 Desember 1998. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Abdul Wahab dan Ibu Riyana.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu SD Negeri Kaligandu lulus tahun 2011, SMP Plus Assa'adah lulus tahun 2014, SMA Plus Assa'adah lulus tahun 2017, kemudian melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah.

Selama menjadi mahasiswi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis mengikuti organisasi ekstra kampus yaitu HAMAS sebagai ketua departemen bidang pemberdayaan perempuan tahun 2019-2020.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji syukur senantiasa mari kita panjatkan kehadirat Illahi Rabbi, dzat yang telah menciptakan dan menjadikan sebagian makhluk dan hamba-nya yang cerdas. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada para Nabi, Rasul Allah yang menjadi Qudwah bagi hamba-hambaNya di dunia, yang mengajarkan hambaNya untuk selalu berkarya, belajar, yaitu junjungan Nabi Muhammad SAW, segenap keluarganya yang luhur, para sahabatnya yang mulia, dan seluruh umat islam yang mengikuti sunnahnya sampai akhir zaman.

Atas rahmat dan karunianya yang Allah SWT berikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ **Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image Dan Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Serang (Studi Kasus Pada Masyarakat Sumur Pecung Serang)*** ”

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Fauzul Iman, M.A., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Hasanuddin Banten.
3. Ibu Hendrieta Ferieka, S.E.,M.Si., Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Bapak Rustamunadi, M.H selaku Pembimbing I dan Ibu Di'amah Fitriyyah, M.Pd., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Sultan Hasanuddin Banten, terutama yang telah mengajar dan mendidik penulis selama proses perkuliahan, staff Akademik beserta jajarannya yang telah memberikan bekal pengetahuan yang begitu berharga selama ini.
6. Seluruh Keluarga terutama, Ayah Abdul Wahab dan Mimi Riyana yang selalu mendukung memberikan semangat serta nasehat dan kasih sayang tiada henti, yang selalu mendengarkan keluh kesah anaknya tanpa mengenal rasa lelah, dan tidak pernah berhenti mendo'akan serta menjadi inspirasi dan penyemangat bagi penulis.
7. Adikku tercinta, Ulfatun Hasanah dan Siti Nurkholifah atas setiap canda tawa dan pertengkaran yang telah kami bagi selama ini.
8. Rian Maryana yang selalu mengingatkan untuk tidak mudah menyerah dalam hal apapun, memberikan semangat dan dukungan yang kuat untuk dapat terus berusaha melalui masa perkuliahan ini dengan baik.
9. Sahabat terutama Firafrd, BilqisNj, Ratu Kholifatun nisa, Husnun Nabila, Mita Rizqita, Iis Ismayatul Jannah, yang senantiasa mendukung, menguatkan, dan mendengarkan segala keluh kesah penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah terutama Perbankan Syariah D Tahun 2017, yang telah saling memberikan motivasi dan informasi terkait masa-masa selama di perkuliahan;
11. Dan seluruh pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

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, 29 Maret 2021

Penulis,

Rasinih

NIM 171420128

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
USULAN MUNAQASYAH.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
RIWAYAT HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Perumusan Masalah	8
E. Tujuan Masalah.....	8
F. Manfaat Masalah.....	9
G. Kerangka Penelitian	9
H. Hipotesis Penelitian	11
I. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. <i>Brand Awareness</i>	14
1. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	14
2. Indikator <i>Brand Awareness</i>	15
3. <i>Brand Awareness</i> dalam Kaidah Islam.....	
16	
B. <i>Brand Image</i>	17

1.	Pengertian <i>Brand Image</i>	17
2.	Indikator <i>Brand Image</i>	18
3.	<i>Brand Image</i> dalam Kaidah Islam.....	18
C.	<i>Media Communication</i>	19
1.	Pengertian <i>Media Communication</i>	19
2.	Indikator <i>Media Communication</i>	19
3.	<i>Media Communication</i> dalam Kaidah Islam.....	20
D.	Minat.....	21
1.	Pengertian Minat.....	21
2.	Indikator Minat	21
3.	Minat dalam Kaidah Islam.....	22
E.	Perbankan Syariah	22
1.	Pengertian Perbankan Syariah	22
2.	Perbankan Syariah dalam Kaidah Islam.....	23
F.	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	24
BAB III	METODE PENELITIAN	30
A.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
B.	Jenis Metode Penelitian	30
C.	Subjek dan Objek Penelitian.....	30
D.	Populasi dan Sampel Penelitian	31
E.	Teknik Pengambilan Sampel	31
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
G.	Teknik Analisis Data.....	34
H.	Jenis Sumber Data.....	34
I.	Identifikasi Variabel.....	35
1.	Variabel Bebas	35
2.	Variabel Terikat	35
J.	Definisi Operasional Variabel.....	36
K.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	38
L.	Pengujian Asumsi Klasik.....	39
1.	Uji Normalitas Data	40
2.	Uji Multikolinearitas	40
3.	Uji Heteroskedastisitas	41
M.	Model Analisis Data	41
N.	Pengujian Hipotesis	41
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
1.	Sejarah Terbentuknya Kelurahan Sumur Pecung	46
2.	Visi dan Misi.....	46
3.	Tujuan dan Sasaran	47
4.	Kelembagaan.....	47
5.	Geografis dan Demografis Kelurahan Sumur Pecung	48

B. Karakteristik Responden.....	50
1. Responden Menurut Jenis Kelamin	50
2. Responden Menurut Usia.....	51
3. Responden Menurut Pendidikan	53
4. Responden Menurut Pekerjaan	53
C. Analisis Deskripsi Variabel	54
D. Analisis Inferensial	59
1. Uji Asumsi Klasik.....	59
2. Pengujian Hipotesis	64
E. Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jaringan Kantor Individual Syariah.....	3
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu yang Relevan.....	24
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian Menggunakan Skala Likert.....	33
Tabel 3.2 Operasional Variabel	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2 Usia Responden	52
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	53
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Media Communication</i>	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Memilih Produk.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Media Communication</i>	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Memilih Produk	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov Test	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Linear Berganda	64
Tabel 4.16 Hasil Uji T (Parsial).....	65
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Serempak).....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)	70
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemerintah Kelurahan Sumur Pecung	48
Gambar 4.2 Grafik Normalitas	61