



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## SKRIPSI TERAPAN



**PENGARUH *PUBLIC RELATIONS* DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN TRANSAKSI VIA  
*MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA**

**Disusun Oleh:**  
**APRILIA KARTIKASARI**  
**NIM. 1904411060**

**Program Studi Sarjana Terapan Keuangan Dan Perbankan Syariah**

**Jurusan Akuntansi**

**Politeknik Negeri Jakarta**

**Juli 2023**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## SKRIPSI TERAPAN



### ***PENGARUH PUBLIC RELATIONS DAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN TRANSAKSI VIA MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA***

Disusun Oleh:  
**APRILIA KARTIKASARI**  
NIM. 1904411060

**Program Studi Sarjana Terapan Keuangan Dan Perbankan Syariah**

**Jurusan Akuntansi**

**Politeknik Negeri Jakarta**

**Juli 2023**



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Aprilia Kartikasari

NIM : 1904411060

Tanda Tangan :

Tanggal : 14 Juli 2023





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LEMBAR PENGESAHAN


Laporan Skripsi diajukan oleh :

Nama : Aprilia Kartikasari  
NIM : 1904411060  
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh *Public Relations* dan *Social Media Influencer* terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi *via Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Abdillah, S.E., M.Si. (  )

Anggota Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. (  )

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 14 Juli 2023



Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.  
NIP. 196404151990032002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Aprilia Kartikasari  
Nomor Induk Mahasiswa : 1904411060  
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / D4 Keuangan dan Perbankan Syariah  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Public Relations* dan *Social Media Influencer* terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi *via Mobile Banking Bank Syariah Indonesia*

Disetujui oleh  
Pembimbing

Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M.  
NIP. 196206081991032001

Ketua Program Studi

Nurul Hasanah, S.ST., M.Si.  
NIP. 199201122018032001



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi terapan yang berjudul **“Pengaruh Public Relations dan Social Media Influencer terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi Via Mobile Banking Bank Syariah Indonesia”**.

Skripsi terapan ini disusun sebagaimana memenuhi persyaratan kelulusan sebagai sarjana terapan keuangan dan perbankan syariah. Dalam penyelesaian skripsi terapan ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dippl-Ing. HTL., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Nurul Hasanah, S.ST., M.Si. selaku Ketua Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah.
4. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan semangat, arahan, dan masukan yang sangat bermanfaat demi terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Dede Abdul Fatah, M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang telah mendukung serta memberikan arahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, khususnya dosen Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
7. Seluruh staf dan karyawan Politeknik Negeri Jakarta yang telah baik dan sabar dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa.
8. Kedua orangtua yang telah membesarkan, mendidik, memberi kasih sayang, semangat, dukungan, dan senantiasa berdoa untuk kelancaran dan keberhasilan penulis.
9. Puji Listianti, Rizti Zahrah Nursya'bani, Robbiatul Adawiyah, Serlidamayanti, Siti Aisyah Indrawati, Zahra Putri Hanan, serta rekan-





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

rekan mahasiswa prodi keuangan dan perbankan syariah 2019 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu membantu, memberikan semangat, dukungan, informasi, doa, dan menjadi teman terbaik selama masa perkuliahan ini.

10. Terakhir terima kasih untuk diri sendiri yang sudah bekerja keras, selalu berjuang, dan semangat untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi terapan ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang ada dalam skripsi ini. Penulis berharap skripsi terapan ini dapat menambah ilmu, wawasan, serta bermanfaat dan berguna bagi pembaca.

Jakarta, Juni 2023  
Penulis,

Aprilia Kartikasari  
1904411060

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aprilia Kartikasari  
NIM : 1904411060  
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah  
Jurusan : Akuntansi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh *Public Relations* dan *Social Media Influencer* terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi via *Mobile Banking* Syariah Indonesia.**

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 14 Juli 2023

Yang menyatakan

(Aprilia Kartikasari)





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## **Pengaruh *Public Relations* dan *Social Media Influencer* terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi *Via Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia**

Aprilia Kartikasari  
Keuangan dan Perbankan Syariah

### **ABSTRAK**

Untuk menghadapi persaingan dan perkembangan teknologi dalam dunia perbankan, Bank Syariah Indonesia membuka layanan *mobile banking* yang diberi nama *BSI Mobile*. Bank Syariah Indonesia mencatat jumlah pengguna *BSI Mobile* pada Juni 2022 mencapai 4.070.000 user, namun jumlah tersebut jauh lebih rendah dibandingkan jumlah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia yang mencapai 17.780.000 orang. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *public relations* dan *social media influencer* terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi *via mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Kebaharuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh variabel *social media influencer* terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi *via mobile banking*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian dan *software* SPSS versi 25 sebagai alat bantu statistik. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden pengguna *BSI Mobile* yang berdomisili di Jabodetabek. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini secara parsial *public relations* berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi *via mobile banking* Bank Syariah Indonesia, sedangkan *social media influencer* tidak berpengaruh. Secara simultan *public relations* dan *social media influencer* berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi *via mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Bank Syariah Indonesia untuk lebih memaksimalkan cara promosi yang dilakukan demi meningkatkan keputusan nasabah melakukan transaksi *via mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci: Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi *via Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia, *Public Relations*, *Social Media Influencer*



## *The Influence of Public Relations and Social Media Influencers on Customer Decisions to Transact Via Mobile Banking Bank Syariah Indonesia*

Aprilia Kartikasari  
Keuangan dan Perbankan Syariah

### **ABSTRACT**

*To face competition and technological developments in the banking world, Bank Syariah Indonesia opened a mobile banking service called BSI Mobile. Bank Syariah Indonesia noted that the number of BSI Mobile users in June 2022 reached 4,070,000 users, but this number is far lower than the total number of Bank Syariah Indonesia customers which reached 17,780,000 people. This research was conducted to analyze the influence of public relations and social media influencers on customer decisions to make transactions via Bank Syariah Indonesia mobile banking. The novelty of this research is to analyze the influence of social media influencer variables on customer decisions to make transactions via mobile banking. The analysis method used is multiple linear regression with a questionnaire as a research instrument and SPSS version 25 software as a statistical tool. The sample in this study amounted to 100 respondents of BSI Mobile users who live in Jabodetabek. The results obtained in this study partially public relations have a positive effect on customer decisions to make transactions via Bank Syariah Indonesia mobile banking, while social media influencers have no effect. Simultaneously public relations and social media influencers have a positive effect on customer decisions to make transactions via mobile banking Bank Syariah Indonesia. This research is expected to be taken into consideration for Bank Syariah Indonesia to further maximize the way promotions are carried out in order to increase customer decisions to make transactions via Bank Syariah Indonesia mobile banking.*

*Keywords: Customer Decisions to Make Transactions Via Mobile Banking Bank Syariah Indonesia, Public Relations, Social Media Influencers*

#### **Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 <i>Public Relations</i> .....	9
2.1.2 <i>Social Media Influencer</i> .....	11
2.1.3 <i>Keputusan Pembelian</i> .....	14
2.1.4 <i>Mobile Banking</i> .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Kerangka Pemikiran .....	21
2.4 Hipotesis Penelitian.....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Objek Penelitian.....	23
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	23
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	24
3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian.....	25
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.7 Metode Analisis Data .....	29

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.3	Regresi Linear Berganda.....	31
3.7.4	Uji Hipotesis .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>34</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	34
4.1.1	Uji Instrumen <i>Pre-Test</i> .....	34
4.1.2	Karakteristik Responden .....	36
4.1.3	Hasil Analisis Data .....	39
4.2	Pembahasan.....	49
4.2.1	Pengaruh Public Relations terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi via Mobile Banking Bank Syariah Indonesia .....	50
4.2.2	Pengaruh Social Media Influencer terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi via Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. ....	51
4.2.3	Pengaruh Public Relations dan Social Media Influencer terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi via Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.....	52
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>54</b>
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>61</b>

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data Riset Awal .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	45





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> .....	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> .....	35
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> .....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	39
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	44
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji T .....	47
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi .....	49

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Kuesioner.....	69
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre-Test</i> .....	77
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	81
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	85
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis .....	87





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi membuat kehidupan manusia yang berawal dari kesederhanaan berkembang menjadi kehidupan yang sangat modern. Semua hal dapat diselesaikan dengan mudah berkat hadirnya teknologi. Salah satu teknologi yang sekarang ini selalu berada dalam genggamannya dan keseharian kita adalah *smartphone*. *Smartphone* hanya bisa dimiliki oleh kalangan tertentu pada awal kemunculannya dan hanya digunakan untuk kebutuhan pekerjaan. Seiring berjalannya waktu, penggunaan *smartphone* bukan lagi sekedar sebagai alat berkomunikasi, tetapi sebagai alat pencipta hiburan dalam bentuk tulisan, gambar, dan video. Semua individu saat ini pasti memiliki *smartphone* untuk menunjang segala aktivitas mereka, termasuk penduduk Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 67,88% penduduk Indonesia sudah memiliki *smartphone* pada tahun 2022 (Katadata Media Network, 2023). Jumlah tersebut tentunya akan terus bertambah seiring dengan semakin canggih dan terjangkaunya harga *smartphone*.

Kecanggihan *smartphone* membuat interaksi antar individu dalam melakukan komunikasi menjadi mudah. Menurut Effendy dalam (Nurhadi & Kurniawan, 2017) komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi pemahaman atau untuk mengubah sikap, argumentasi, dan karakter, baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media). Kemajuan teknologi membuat komunikasi antar individu dalam menyampaikan informasi menjadi semakin cepat. Hal tersebut menciptakan interaksi atau hubungan yang luar biasa. Selain tercipta interaksi atau hubungan antar individu, komunikasi membuat terciptanya interaksi antara publik dan organisasi.





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Pentingnya hubungan antara publik dan organisasi harus disadari dan menjadi perhatian, khususnya pemimpin perusahaan seperti dalam istilah “*interrelationship conscious*”. Hubungan dengan publik sering dikaitkan dengan hubungan masyarakat atau *public relations* (Nopita, 2021). *Public Relations* adalah komunikasi dua arah, dialog, serta hubungan antara organisasi dengan publiknya (Macnamara, 2016). Menurut Berry dalam (Durmaz, Güvenç, dan Kaymaz, 2020) *public relations* merupakan penciptaan, pemeliharaan, dan peningkatan hubungan pelanggan yang ditujukan pada banyak organisasi yang berbeda. *Public Relations* didefinisikan sebagai fungsi manajemen untuk membangun dan memelihara hubungan yang menguntungkan dengan kelompok tertentu (Ki, Pasadeos, dan Ertem-Eray, 2019). Tugas *public relations* tidak hanya menyampaikan informasi dari pihak organisasi, tetapi juga menanggapi segala bentuk respon dari masyarakat (Sulastri, 2022). *Public Relations* dapat menjadi salah satu strategi pemasaran untuk mengenalkan layanan *mobile banking*.

*Public Relations* sangat dibutuhkan dalam perusahaan, karena perannya sebagai mediator antara perusahaan dengan masyarakat (Humairah, 2019). *Public relations* dapat mengkomunikasikan semua kepentingan perusahaan juga membina hubungan yang baik kepada masyarakat yang menjadi sasarannya (Wibowo, 2010). Tujuan *public relations* adalah menciptakan, memelihara, dan meningkatkan *image/citra* positif perusahaan di mata masyarakat sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak demi tercapainya tujuan bersama. *Public relations* berperan dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program yang mendorong minat serta kepuasan masyarakat, melalui penyampaian informasi yang memperlihatkan bahwa perusahaan dan produk-produknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan mereka (Ayuningsih, 2014). Maka dari itu, *public relations* memegang peranan yang penting dalam perusahaan dalam mempromosikan produk-produk yang mereka miliki.

Bank Syariah Indonesia adalah salah satu bank syariah yang saat ini ramai dibicarakan oleh masyarakat. Bank Syariah Indonesia merupakan hasil penggabungan dari tiga bank syariah sebelumnya yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Bergabungnya ketiga bank tersebut diharapkan dapat

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, dan memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Dukungan sinergi dari perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global (Bank Syariah Indonesia, 2022).

Untuk menghadapi persaingan dan perkembangan teknologi dalam dunia perbankan, Bank Syariah Indonesia membuka layanan *mobile banking* yang diberi nama BSI Mobile. BSI Mobile merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk segala transaksi, mulai dari transfer, pembayaran, pembelian, tarik tunai, cek mutasi rekening, dan lain-lain. Selain untuk bertransaksi, aplikasi ini juga menyediakan fitur-fitur Islami yaitu lokasi masjid terdekat, waktu sholat, arah kiblat, hingga fitur berbagi ziswaf (Bank Syariah Indonesia, 2023a). Transaksi kumulatif BSI Mobile per Juni 2022 mencapai 117,72 juta transaksi dan memberikan kontribusi terhadap *fee based income* sebesar Rp 119 miliar. Bank Syariah Indonesia mencatat jumlah pengguna BSI Mobile pada Juni 2022 mencapai 4.070.000 user atau meningkat 81% secara YoY (Bank Syariah Indonesia, 2023b).

Memasuki usia dua tahun Bank Syariah Indonesia memiliki jumlah nasabah mencapai 17.780.000 orang. Melihat data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah pengguna BSI Mobile jauh lebih rendah dibandingkan jumlah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia. Banyak faktor yang diduga menjadi penyebab pengguna BSI Mobile masih sedikit yaitu kurangnya pengetahuan akan benefit, fitur, dan cara penggunaan dari BSI Mobile. Oleh sebab itu, salah satu cara yang dilakukan BSI adalah dengan strategi *public relations* untuk memberikan informasi kepada nasabah.

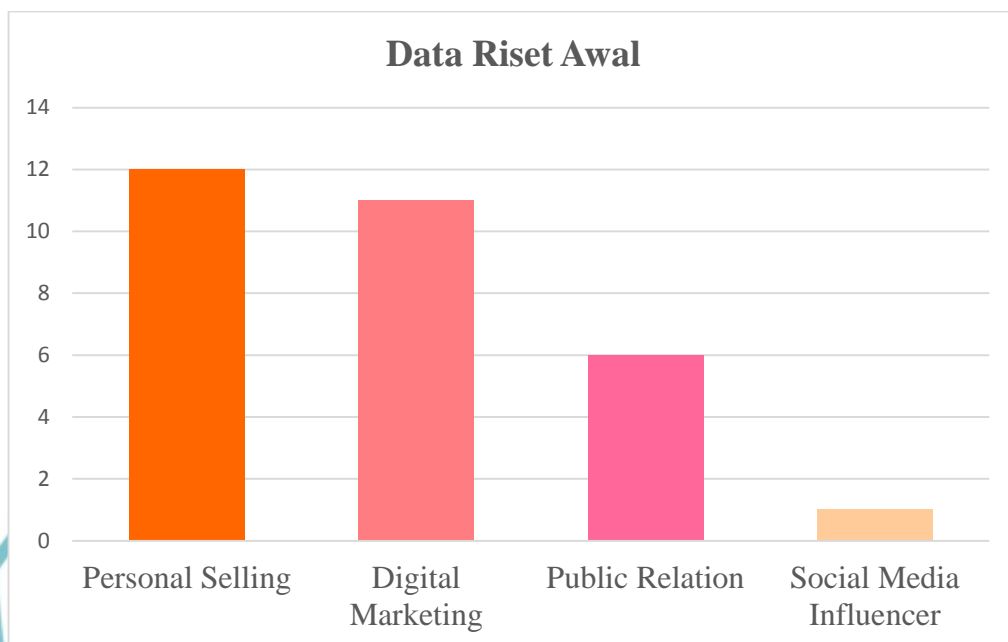
Berdasarkan penuturan salah satu staff marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Ampera Raya diperoleh informasi tentang cara promosi yang digunakan oleh BSI adalah *personal selling*, *digital marketing* melalui sosial media (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, dan WhatsApp), *public relation*, dan belakangan BSI mulai menarik *social media influencer* sebagai cara promosi baru. Survey awal dilakukan terhadap cara promosi yang digunakan BSI mulai dari

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



*personal selling, digital marketing, public relation, dan social media influencer* kepada 30 responden, berikut adalah hasil dari survey tersebut.



Gambar 1.1 Data Riset Awal

Sumber: Data diolah, 2023

Untuk strategi *public relations*, BSI biasanya mendirikan stand kecil yang disebut dengan Open Table di tempat-tempat yang dinilai strategis seperti mall, bazar, kantor dan institusi baik pemerintah ataupun swasta, dan lain-lain. Open Table bertujuan untuk memperkenalkan produk dan jasa sehingga nantinya BSI mendapat nasabah potensial. Jika calon nasabah mulai tertarik pada produk dan jasa dari BSI, maka staff yang menjaga open table tersebut langsung menuntun nasabah untuk membuka rekening BSI dan mengaktifkan BSI Mobile.

Selain open table, BSI juga mengadakan publikasi, acara, sponsorship, penyebaran berita, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, seminar, dan lain-lain (Bilhaq & Putri, 2022). Namun, dengan menerapkan strategi *public relations* tersebut nyatanya belum memberikan hasil yang maksimal dalam meningkatkan jumlah pengguna BSI Mobile. Berdasarkan hasil penelitian (Fitrianisa, 2021) *public relations* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* BNI Syariah, dengan faktor yang paling berpengaruh adalah saat BNI Syariah turut berpartisipasi menyumbangkan dana

**Politeknik Negeri Jakarta**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

dalam kegiatan sosial. Sedangkan, faktor yang kurang berpengaruh adalah sedikitnya partisipasi BNI Syariah memberikan ceramah pada kuliah umum dan membuka sesi tanya jawab.

Pengguna *smartphone* yang semakin meningkat, membuat fenomena baru yang muncul yaitu kehadiran *social media influencer*. *Social media influencer* adalah orang ketiga yang merupakan artis, selebriti, dan orang yang memiliki banyak pengikut atau follower di sosial media seperti Instagram, Tiktok, Youtube, atau sosial media lainnya (Adibroto, 2023). Seorang *social media influencer* dapat memberikan pengetahuan dan juga ikut mempromosikan apa itu aplikasi BSI Mobile, fitur, benefit, dan bagaimana cara penggunaannya. *Social media influencer* juga dapat menciptakan citra merek produk menjadi lebih baik di masyarakat, karena masyarakat memperoleh informasi dan melakukan pengambilan keputusan mengenai suatu produk berdasarkan *review* atau testimoni dari orang yang sudah membeli atau menggunakan produk tersebut (Hanindharputri & Putra, 2019). BSI berkolaborasi dengan *social media influencer* dari kalangan selebriti seperti Nyctagina dan Oza Rangkuti, seorang komika dan konten kreator yang terlihat pada akun Instagram, TikTok, dan Youtube Bank Syariah Indonesia. Penggunaan *social media influencer* sejauh ini juga belum dapat secara signifikan meningkatkan jumlah transaksi menggunakan *mobile banking* BSI.

Pada Gambar 1.1 terlihat bahwa *social media influencer* adalah cara promosi yang paling rendah dalam memberikan pengaruh dan pengetahuan kepada masyarakat mengenai Bank Syariah Indonesia khususnya BSI Mobile. Hal tersebut diduga karena cara promosi ini baru digunakan 5 bulan lalu oleh BSI. Jika cara promosi ini terus dilakukan akan memberikan dampak positif bagi BSI sebab pengalaman, penampilan, dan penyampaian yang informatif dari seorang *social media influencer* saat menyampaikan suatu produk dapat menarik konsumen hingga berniat melakukan pembelian pada produk tersebut (Afandi dkk., 2021). Teori ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adibroto, 2023) menunjukkan bahwa *social media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi yang berkuliah di perguruan tinggi di Daerah Istimewa Yogyakarta untuk berinvestasi di pasar modal. Semakin baik seorang *influencer*

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menggambarkan dan menyampaikan produk investasi, maka semakin baik pula mereka mempengaruhi mahasiswa untuk mempertimbangkan berinvestasi di pasar modal.

Berdasarkan uraian di atas, penulis masih melihat adanya kekurangan pengaruh *public relations* pada keputusan nasabah melakukan transaksi via BSI Mobile. Namun, melihat fenomena *social media influencer* yang sekarang ini banyak muncul memberikan harapan untuk bisa meningkatkan pengguna dan transaksi via BSI Mobile. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH PUBLIC RELATIONS DAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN TRANSAKSI VIA MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA**”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya di atas, terdapat beberapa permasalahan dalam meningkatkan pengguna BSI Mobile:

1. Strategi *public relations* Bank Syariah Indonesia belum memperlihatkan hasil yang maksimal bagi nasabah
2. Belum berhasilnya peran *social media influencer* dalam mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.
3. Pengaruh kombinasi antara *public relations* dan *social media influencer* masih sedikit dalam mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi via *mobile banking* Bank Syariah Indonesia

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, pertanyaan penelitian yang harus terjawab dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh strategi *public relations* terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi via *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *social media influencer* terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi via *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?

3. Bagaimana pengaruh *public relations* dan *social media influencer* secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi via *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana pengaruh strategi *public relations* terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi via *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
2. Menganalisis bagaimana pengaruh *social media influencer* terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi via *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
3. Menganalisis bagaimana pengaruh *public relations* dan *social media influencer* secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi via *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak atau manfaat bagi pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perbankan syariah, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan kajian untuk lebih mempromosikan layanan BSI Mobile, agar nasabah semakin tertarik melakukan transaksi via BSI Mobile dan bisa bersaing dengan bank syariah lainnya.
2. Bagi penulis yaitu untuk menambah wawasan tentang bagaimana strategi *public relations* Bank Syariah Indonesia dan peran *social media influencer* mempengaruhi nasabah menggunakan BSI Mobile
3. Bagi peneliti di masa depan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi awal untuk penelitian selanjutnya.



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## 1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami tulisan ini, maka disusun alur penulisan yang merujuk pada Pedoman Teknis Penulisan Tugas Akhir Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari landasan teori mengenai pembahasan utama. Pada bab ini juga dijelaskan mengenai rangkuman penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dibahas mengenai cara dan langkah-langkah yang diambil dalam melakukan penelitian. Pembahasan dalam bab ini mencakup jenis penelitian, objek penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, serta metode analisis data yang digunakan.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan. Dimulai dengan hasil yang berkaitan dengan objek penelitian, data penelitian, dan diakhiri dengan hasil pengolahan data.

### BAB V PENUTUP

Bab ini mencakup kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan saran yang diberikan kepada pihak-pihak terkait berdasarkan hasil penelitian tersebut.

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui beberapa tahapan mulai dari pengumpulan data, pengolahan data, hingga analisis data untuk menganalisis bagaimana pengaruh public relations dan social media influencer terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi via mobile banking Bank Syariah Indonesia, maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

Public Relations memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi via mobile banking Bank Syariah Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa responden mengetahui Bank Syariah Indonesia dan BSI Mobile melalui kegiatan public relations yang dilakukan seperti seminar, workshop, atau kompetisi.

Social Media Influencer memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi via mobile banking Bank Syariah Indonesia. Hal ini dikarenakan responden tertarik menggunakan BSI Mobile karena social media influencer yang digunakan Bank Syariah Indonesia berpengalaman dalam mereview atau memberikan testimoni terhadap produk yang dipromosikan.

Secara simultan atau bersama-sama, public relations dan social media influencer berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi via mobile banking Bank Syariah Indonesia, dengan kemampuan mempengaruhi sebesar 37,9% dan sisanya sebanyak 62,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi BSI adalah sebagai berikut:

Kegiatan public relations yang sudah diterapkan Bank Syariah Indonesia diharapkan agar terus dilakukan dan lebih dimaksimalkan untuk semakin meningkatkan jumlah nasabah pengguna BSI Mobile. Sehubungan dengan hasil uji



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

validitas yang dilakukan, pertanyaan untuk responden yaitu “Saya pernah melihat warna, logo, kartu nama, pakaian, dan lain- lain yang menjadi ciri Bank Syariah Indonesia” mendapat nilai paling rendah, maka dari itu Bank Syariah Indonesia juga diharapkan lebih mensosialisasikan mengenai hal tersebut dengan tujuan untuk membuat banyak masyarakat lebih mengetahui dan mengenal Bank Syariah Indonesia yang masih tergolong baru di Indonesia. Dengan melakukan hal tersebut diharapkan banyak masyarakat yang kemudian menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dan selanjutnya juga menjadi pengguna mobile banking Bank Syariah Indonesia atau BSI Mobile.

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, pertanyaan untuk responden yaitu “Saya tertarik menggunakan BSI Mobile karena Social Media Influencernya berpengalaman” mendapat nilai paling tinggi. Sehubungan dengan hal tersebut Social Media Influencer yang sudah berkolaborasi dengan Bank Syariah Indonesia hendaknya ditambah dengan Social Media Influencer lain yang lebih berpengalaman dalam menjelaskan suatu produk dan dimaksimalkan untuk mempromosikan BSI Mobile pada akun sosial media seperti Instagram, Youtube, dan Tiktok sehingga lebih menarik banyak masyarakat untuk menggunakan BSI Mobile.

Bank Syariah Indonesia juga diharapkan melakukan pembuatan iklan yang ditayangkan melalui televisi, youtube, atau sarana lain dalam mempromosikan BSI Mobile. Sehingga dapat lebih maksimal dalam menarik minat masyarakat menggunakan BSI Mobile Selain itu, Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat memberikan reward kepada nasabah yang sering melakukan transaksi menggunakan BSI Mobile. Dengan adanya pemberian reward ini diharapkan masyarakat semakin tertarik untuk menggunakan BSI Mobile.

Saran bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik yang sama dengan penelitian ini agar menambahkan variabel independen lain seperti brand awareness, brand activation, product awareness, karena sebanyak 62,1% keputusan nasabah dipengaruhi oleh variabel lain. Penggunaan metode analisis yang berbeda dapat dilakukan sehingga data yang dihasilkan dapat tergambar lebih luas serta lebih baik lagi terkait dengan masalah dalam penelitian.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR PUSTAKA

- 'Alaina, I. F. N. (2022). Pengaruh Fitur Layanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa UIN Walisongo Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Adibroto, A. S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Modal Minimal, Persepsi Risiko, Social Media Influencer, dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Skripsi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Afandi, A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v5i1.9272>
- Agustina, M. S., Fiandi, M., & Ramayanti, T. P. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Marketing Public Relation Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Batara Haji dan Umrah BTN iB. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 2(1).
- Amanina, S. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Influencer terhadap Minat Menggunakan Layanan Bank Syariah Indonesia Melalui Brand Image Sebagai Intervening. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Ao, L., Bansal, R., Pruthi, N., & Khaskheli, M. B. (2023). Impact of Social Media Influencers on Customer Engagement and Purchase Intention : A Meta-Analysis. *Journal Sustainability*, 1–15.
- Ayuningsih, N. T. (2014). Strategi Public Relations PT Bank BRI Syariah dalam Mempromosikan Produk Tabungan Faedah. *Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 25. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/26299>



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bank Syariah Indonesia. (2022). *Tentang Kami - Informasi Perusahaan* / Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

Bank Syariah Indonesia. (2023a). *BSI Mobile - Produk dan Layanan* / Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-mobile>

Bank Syariah Indonesia. (2023b). *BSI Terus Dorong Aktivasi Digital Transaksi Via BSI Mobile Lebih Masif - Berita dan Economic & Market Insight* / Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-terus-dorong-aktivasi-digital-transaksi-via-bsi-mobile-lebih-masif>.  
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-terus-dorong-aktivasi-digital-transaksi-via-bsi-mobile-lebih-masif>

Bilhaq, A. M., & Putri, Y. R. (2022). Analisis Implementasi Strategi Marketing Public Relation Bank Syariah Indonesia Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *e-Proceeding of Management*, 9(2), 914–923.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17754%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17754/17502>

Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More Than Meets The Eye: The Functional Components Underlying Influencer Marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469–479. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.003>

Durmaz, Y., Güvenç, H., & Kaymaz, S. (2020). The Importance and Benefits of Relationship Marketing Concept. *European Journal of Business and Management Research*, 5(4), 4–5.  
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.4.483>

Farizal, A., Sulisworo, D., & Santosa, A. B. (2021). Image Building Through Public Relation Management : a Case Study on Private Primary School in Bantul. *International Journal of Educational Management and Innovation*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.12928/ijemi.v2i1.2248>

Febriani, T., Rahmanto, A. N., & Naini, A. M. I. (2022). Social Media Influencer

as Marketing Communication of “FORTIVIT” Rice from Perum BULOG. ...  
*Journal of Science and ...*, 6(1), 56–69.

<https://doi.org/10.20961/ijsascs.v6i1.69935>

Fitrianisa. (2021). Peran Public Relations, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 7(1), 1259–1268.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.

Hanindharputri, M. A., & Putra, I. K. A. M. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand). *Sandyakala : Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, dan Desain.*, 1(29), 335–343.

<http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/view/73>

Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.

Hermanda, A., Sumarwan, U., & Tinaprillia, N. (2019). The Effect of Social Media Influencer on Brand Image, Self-Concept, and Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 4(2), 76–89.

<https://doi.org/10.29244/jcs.4.2.76-89>

Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-Wom, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Prosiding Biema*, 1(1), 60–74.

Hidayanto, S., Tofani, A. Z., Pratiwi, A. P., Rahmah, S., & Christian, P. (2022). Aksi Sosial di Internet : Peran Social Media Influencer sebagai Aktor dalam Crowdfunding di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan (KOMASKAM)*, 4(1), 13–29.

Humairah, S. (2019). Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Bengkulu). *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*, 561(3), S2–S3.

Irham, F. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. In *Alfabeta: Bandung*.

Jefkins, F. (2003). *Public Relations edisi kelima*. In *Jakarta: Erlangga*.

Katadata Media Network. (2023). *67% Penduduk Indonesia Punya Handphone pada 2022, Ini Sebarannya*.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/08/67-penduduk-indonesia-punya-handphone-pada-2022-ini-sebarannya>

Ki, E. J., Pasadeos, Y., & Ertem-Eray, T. (2019). Growth of public relations research networks: a bibliometric analysis. *Journal of Public Relations Research*, 31(1–2), 5–31. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2019.1577739>

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1*. In *Jakarta: Erlangga*.

Kurniawan, J. R., & Prastya, N. M. (2017). Pengelolaan Media Internal dalam Menjalin Hubungan dengan Publik Internal (Karyawan) di PT. Kereta Api Indonesia DAOP VI Yogyakarta. *Skripsi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, 87(1,2), 149–200.

Macnamara, J. (2016). Organizational listening: Addressing a major gap in public relations theory and practice. *Journal of Public Relations Research*, 28(3–4), 146–169. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2016.1228064>

Melinda, P. (2020). Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart (Studi Kasus Ceriamart Semper Timur). *Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*.

Nopita, D. (2021). Pengaruh Public Relations Dan Iklan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bprs Adam Kota Bengkulu (Studi Pada Nasabah Bprs Adam Kecamatan Gading Cempaka). *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*, 27.

<http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/5459%0Ahttp://repository.iainb>



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



engkulu.ac.id/5459/1/SKRIPSI Diana Novita PDF.pdf

- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Putri, N. K. (2022). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Manfaat dan Kepercayaan yang Mempengaruhi Minat Menggunakan BSI MOBILE (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Palopo Ratulangi). *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*.
- Saini, A., Sharma, D., Gupta, M., & Verma, S. (2021). *Effect of Social Media Influencers and Celebrity Endorsers on Brand Loyalty through Brand Image*. <https://ssrn.com/abstract=3896520>
- Sangadji, E. M. dan S. (2013). Perilaku Konsumen. In *Yogyakarta: Andi*.
- Setiadi, N. J. (2010). Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen. In *Jakarta: Kencana*.
- sikapuangmu.ojk.go.id. (2023). *Apakah yang dimaksud dengan Internet Banking dan Mobile Banking?* <https://sikapuangmu.ojk.go.id/>.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225.
- Sulastri, S. (2022). Penerapan Model Public Relations Pada Bank Syariah Indonesia KC Pekanbaru Sudirman 1 dalam Mensosialisasikan Program Migrasi Rekening Nasabah. *Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 5331.
- Sunyoto, D. (2013). Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen. In *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Wibowo, L. T. (2010). Strategi Corporate Relations PT. Unilever Indonesia Tbk. dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR). *Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1–40.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



# LAMPIRAN





## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada Bapak/Ibu/Saudara/I

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Aprilia Kartikasari, mahasiswa semester akhir Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah. Saya akan melakukan penelitian untuk keperluan skripsi saya dengan judul “Pengaruh *Public Relations* dan *Social Media Influencer* terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Transaksi Via *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia”

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk berpartisipasi meluangkan waktu kurang lebih 3-5 menit dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Semua data dan informasi yang ada pada kuesioner ini akan sangat dijaga kerahasiaannya, tidak dipublikasikan, dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Sebagai bentuk apresiasi karena telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, akan ada responden terpilih yang mendapatkan saldo e-wallet dari peneliti. Maka dari itu, dimohon kesediaannya untuk mengisi no e-wallet dan nomor telepon agar peneliti mudah menghubungi.

Demikian permohonan saya, atas partisipasi dan kesediaan waktu dari Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih. Semoga kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/I akan dibalas dengan kebaikan yang lebih dikemudian hari.

Hormat Saya,

Aprilia Kartikasari

Politeknik Negeri Jakarta

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Agar Bapak/Ibu/Saudara/I mudah dalam mengisi kuesioner, saya memohon kesediaannya untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian kuesioner di bawah ini.

**Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Isilah data pribadi Bapak/Ibu/Saudara/I dengan keadaan yang sebenarnya
2. Baca dengan teliti setiap pertanyaan dan pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/I
3. Untuk pilihan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I kehendaki, maka berikan tanda checklist (✓)

Keterangan:

- |     |                       |          |
|-----|-----------------------|----------|
| SS  | : Sangat Setuju       | : Poin 4 |
| S   | : Setuju              | : Poin 3 |
| TS  | : Tidak Setuju        | : Poin 2 |
| STS | : Sangat Tidak Setuju | : Poin 1 |

**Kriteria Responden**

1. Pengguna mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI Mobile)
2. Berusia minimal 17 tahun
3. Pendidikan minimal SMA/SMK
4. Berdomisili di Jabodetabek





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**I. Identitas Diri Responden**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : P  L
3. Usia : 17 – 20 tahun   
21 – 25 tahun   
26 – 30 tahun   
Lebih dari 30 tahun
4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa   
Pegawai Negeri   
Pegawai Swasta   
Wiraswasta   
Lainnya:
5. Pendidikan Terakhir : SMA/SMK   
Diploma (D1, D2, D3, D4)   
Sarjana (S1, S2, S3)
6. Domisili : Jakarta   
Bogor   
Depok   
Tangerang   
Bekasi
7. Seberapa sering Bapak/Ibu/Saudara/I melakukan transaksi via mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI Mobile) dalam sebulan  
1 – 3 kali   
3 – 5 kali   
5 – 10 kali   
Lebih dari 10 kali



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## II. Public Relations (X<sub>1</sub>)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden			
		SS	S	TS	STS
<b>Publikasi</b>					
1.	Saya pernah melihat/membaca laporan tahunan, brosur, artikel, majalah, dan video dari Bank Syariah Indonesia				
<b>Acara</b>					
2.	Saya mengetahui Bank Syariah Indonesia pernah mengadakan seminar, workshop, atau kompetisi				
<b>Berita</b>					
3.	Saya pernah melihat berita mengenai Bank Syariah Indonesia				
<b>Sponsor</b>					
4.	Saya mengetahui Bank Syariah Indonesia pernah menjadi sponsor dalam kegiatan amal, sosial, atau acara hiburan				
<b>Pidato</b>					
5.	Bank Syariah Indonesia pernah melakukan ceramah atau tanya jawab kepada masyarakat atau media				
<b>Kegiatan Pelayanan Masyarakat</b>					
6.	Bank Syariah Indonesia pernah berpartisipasi memberikan dukungan materi dan non materi dalam kegiatan sosial				
<b>Media Identitas</b>					
7.	Saya pernah melihat warna, logo, kartu nama, pakaian, dan lain-lain yang menjadi ciri Bank Syariah Indonesia				





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**III. Social Media Influencer (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden			
		SS	S	TS	STS
<b>Visibilitas</b>					
8.	Tingkat popularitas Social Media Influencer BSI mempengaruhi saya untuk menggunakan BSI Mobile				
<b>Kredibilitas</b>					
9.	Saya tertarik menggunakan BSI Mobile ketika dipromosikan oleh Social Media Influencernya.				
10	Saya tertarik menggunakan BSI Mobile karena Social Media Influencernya berpengalaman.				
<b>Daya Tarik</b>					
11.	Jika Social Media Influencernya menggunakan BSI Mobile maka saya juga akan menggunakannya				
<b>Kekuatan</b>					
12.	Pangkat dan nama besar Social Media Influencer mempengaruhi saya dalam menggunakan BSI Mobile				

**IV. Keputusan Nasabah (Y)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden			
		SS	S	TS	STS
<b>Pilihan Produk</b>					
13.	Tampilan fitur pada BSI Mobile mudah dipahami				
14.	Fitur pada BSI Mobile mudah diakses dan lengkap				



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

15.	Saya menggunakan BSI Mobile karena fitur-fiturnya memiliki banyak manfaat				
<b>Pilihan Merek</b>					
16.	Saya menggunakan BSI Mobile karena berasal dari gabungan 3 bank syariah terkenal yang memiliki banyak keunggulan				
<b>Pilihan Penyalur</b>					
17.	Saya memutuskan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia karena menerapkan prinsip syariah				
18.	Saya memutuskan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia untuk menghindari bunga/riba				
<b>Waktu Pembelian</b>					
19.	Saya sering melakukan berbagai transaksi menggunakan BSI Mobile				
20.	Proses transaksi menggunakan BSI Mobile tidak membutuhkan waktu yang lama				
<b>Jumlah Pembelian</b>					
21.	Minimum transaksi yang saya lakukan menggunakan BSI Mobile adalah mulai dari Rp 50.000				
<b>Metode Pembayaran</b>					
22.	Fitur pembayaran dan pembelian pada BSI Mobile mudah untuk dilakukan				





## Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Kuesioner

Data Kuesioner Public Relations (X <sub>1</sub> )								
No	1	2	3	4	5	6	7	X <sub>1</sub>
1	3	4	4	4	2	4	4	25
2	2	3	3	4	3	3	4	22
3	3	2	3	3	2	3	4	20
4	4	3	4	4	2	3	4	24
5	2	2	3	3	2	2	3	17
6	1	2	1	3	2	2	3	14
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	4	3	4	4	3	4	3	25
9	4	3	4	3	4	4	4	26
10	3	1	4	3	3	4	3	21
11	2	2	4	3	2	2	4	19
12	4	2	3	3	2	3	4	21
13	3	4	4	4	4	4	4	27
14	3	3	4	4	3	4	4	25
15	4	4	4	4	3	4	4	27
16	4	4	4	4	3	4	4	27
17	2	1	3	3	1	3	1	14
18	3	3	4	4	3	3	3	23
19	2	2	4	2	2	4	4	20
20	3	3	3	3	3	3	3	21
21	3	3	4	4	3	3	4	24
22	4	4	4	4	3	3	4	26
23	3	4	4	4	3	3	3	24
24	4	4	4	4	4	4	4	28
25	3	4	3	4	3	4	4	25
26	3	3	4	3	4	4	4	25
27	3	3	3	4	4	4	4	25
28	3	3	3	4	3	3	3	22
29	2	2	3	4	2	4	4	21
30	3	3	3	4	4	3	3	23
31	4	3	4	4	3	3	4	25
32	4	4	4	4	2	4	4	26
33	4	3	3	4	4	3	4	25
34	3	3	3	2	3	3	4	21
35	4	4	3	4	2	4	4	25
36	2	2	3	2	2	3	4	18
37	3	3	4	4	3	2	4	23
38	4	2	4	4	4	4	4	26

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

39	3	2	4	3	3	3	2	20
40	3	4	3	4	3	4	4	25
41	3	2	3	3	2	3	4	20
42	2	2	3	3	2	2	4	18
43	3	3	3	3	3	3	3	21
44	2	2	2	2	2	2	4	16
45	3	2	3	2	1	1	3	15
46	4	4	4	4	4	4	4	28
47	3	2	4	3	3	4	4	23
48	3	3	3	3	3	3	3	21
49	4	2	3	3	3	3	3	21
50	2	2	3	2	2	3	3	17
51	4	3	4	3	3	3	3	23
52	3	4	4	4	3	4	4	26
53	4	4	4	4	3	4	4	27
54	2	2	2	3	2	3	3	17
55	4	4	4	4	4	4	4	28
56	4	4	4	4	3	3	4	26
57	2	2	2	2	4	3	4	19
58	2	2	3	3	2	3	4	19
59	3	3	4	4	3	4	4	25
60	3	3	4	3	3	4	4	24
61	4	3	4	4	3	3	1	22
62	3	3	3	3	3	3	3	21
63	3	3	3	3	3	3	3	21
64	2	2	3	3	2	3	3	18
65	4	4	4	4	4	3	2	25
66	3	3	3	3	3	3	3	21
67	3	3	4	4	3	3	4	24
68	3	4	4	3	3	3	3	23
69	3	2	3	4	3	4	4	23
70	2	2	3	3	2	3	4	19
71	3	2	3	2	3	3	3	19
72	2	2	3	3	2	3	2	17
73	3	2	4	3	3	3	3	21
74	3	2	4	4	2	3	3	21
75	4	3	4	4	3	3	4	25
76	3	3	3	3	3	3	4	22
77	4	2	4	2	2	2	4	20
78	3	2	4	3	2	4	4	22
79	4	4	4	2	4	4	4	26
80	4	4	4	4	4	3	4	27





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

81	4	3	4	4	4	3	4	26
82	4	4	4	4	3	4	4	27
83	4	4	4	3	2	2	3	22
84	3	3	3	4	3	3	3	22
85	3	2	4	3	2	3	4	21
86	3	3	3	3	3	3	3	21
87	2	2	3	3	3	3	4	20
88	3	3	3	2	3	3	3	20
89	3	3	4	3	4	3	3	23
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	3	4	4	4	4	4	4	27
92	4	3	4	4	3	4	4	26
93	3	3	3	3	3	3	3	21
94	2	4	4	3	4	3	4	24
95	2	2	3	3	3	3	3	19
96	4	3	4	4	3	4	4	26
97	4	4	4	4	4	4	4	28
98	4	3	3	4	3	4	4	25
99	4	2	3	4	2	3	4	22
100	2	3	1	4	3	4	4	21

Data Kuesioner Social Media Influencer (X<sub>2</sub>)

No	1	2	3	4	5	X <sub>2</sub>
1	2	2	2	2	2	10
2	2	2	3	3	3	13
3	3	2	3	2	2	12
4	1	2	2	2	1	8
5	2	2	2	2	2	10
6	1	1	2	2	2	8
7	3	3	3	3	3	15
8	2	2	2	3	2	11
9	1	1	1	1	1	5
10	1	2	2	2	2	9
11	2	2	2	2	2	10
12	2	2	2	3	3	12
13	3	3	4	3	3	16
14	2	3	3	3	4	15
15	2	1	2	1	1	7
16	3	4	4	3	4	18
17	1	1	2	1	1	6
18	3	3	3	3	3	15



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

19	3	3	3	3	4	16
20	3	3	3	3	3	15
21	2	2	3	2	2	11
22	4	4	3	4	3	18
23	3	4	3	3	3	16
24	4	4	4	4	4	20
25	2	2	3	3	3	13
26	4	4	3	3	3	17
27	4	4	4	4	4	20
28	3	3	3	3	3	15
29	1	1	1	1	1	5
30	3	3	3	3	4	16
31	3	3	4	2	2	14
32	2	4	3	3	3	15
33	4	3	4	3	4	18
34	2	3	2	2	2	11
35	2	2	3	4	2	13
36	2	2	2	2	2	10
37	3	2	2	2	1	10
38	1	1	1	1	1	5
39	2	2	2	3	4	13
40	4	2	3	3	2	14
41	3	2	3	3	3	14
42	3	3	3	3	3	15
43	3	3	3	2	2	13
44	2	2	2	2	2	10
45	2	2	2	2	2	10
46	3	3	3	4	4	17
47	1	2	2	1	1	7
48	3	3	3	3	3	15
49	2	3	3	3	3	14
50	3	3	2	3	3	14
51	1	3	1	1	1	7
52	2	2	2	3	2	11
53	3	4	4	3	4	18
54	2	2	1	2	2	9
55	4	4	4	4	4	20
56	3	3	3	3	4	16
57	2	2	2	2	3	11
58	1	1	1	1	1	5
59	2	2	2	2	2	10
60	3	2	3	3	3	14



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

61	3	3	3	3	3	15
62	3	3	3	3	3	15
63	3	3	3	3	3	15
64	1	2	2	2	2	9
65	1	1	2	2	2	8
66	1	1	1	1	1	5
67	3	3	3	2	3	14
68	3	3	2	2	2	12
69	3	3	3	3	3	15
70	1	1	1	1	1	5
71	3	3	3	3	3	15
72	1	1	1	1	1	5
73	2	2	2	2	2	10
74	1	1	1	1	1	5
75	2	2	2	2	2	10
76	2	2	2	2	2	10
77	1	1	1	1	1	5
78	1	2	1	1	1	6
79	1	2	2	4	2	11
80	3	3	4	4	3	17
81	2	2	2	3	3	12
82	2	2	2	2	3	11
83	1	2	2	1	2	8
84	2	2	2	2	2	10
85	1	1	1	1	1	5
86	3	3	3	2	2	13
87	2	1	1	2	2	8
88	3	3	4	3	4	17
89	3	3	3	3	2	14
90	3	3	3	3	3	15
91	3	3	3	2	2	13
92	3	4	4	4	4	19
93	2	2	2	2	2	10
94	2	2	2	3	3	12
95	3	3	3	3	3	15
96	2	2	2	2	2	10
97	3	4	4	4	4	19
98	1	1	1	1	1	5
99	3	3	3	3	3	15
100	3	2	3	3	3	14





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Data Kuesioner Keputusan Nasabah (Y)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Y
1	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	33
2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	34
4	3	3	3	2	4	4	4	4	2	3	32
5	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	28
6	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	27
7	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
8	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	37
9	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	34
10	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	33
11	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
12	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	28
13	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
14	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35
15	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4	34
16	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	37
17	2	3	3	3	4	4	4	3	1	3	30
18	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
19	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	30
20	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33
21	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
22	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
23	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	33
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	34
26	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	36
27	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
29	4	2	2	4	4	4	3	3	2	3	31
30	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	33
31	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
32	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	36
33	4	3	3	2	4	2	4	4	3	4	33
34	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	31
35	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
36	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	28
37	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
38	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
39	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	28
40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

41	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
42	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
43	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
44	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	34
45	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	32
46	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
47	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
50	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	26
51	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
52	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
54	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	27
55	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
56	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	37
57	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	34
58	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
59	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	37
60	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
61	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
64	3	3	3	4	2	2	4	2	3	3	29
65	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
66	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37
67	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	35
68	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	35
69	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	32
70	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	28
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
72	4	4	4	1	4	2	3	3	3	3	31
73	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	25
74	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	33
75	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
76	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
77	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	31
78	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	33
79	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	37
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	30
82	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

83	1	2	2	1	4	4	1	1	2	3	21
84	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
85	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	31
86	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	27
87	3	3	4	2	4	4	4	3	2	3	32
88	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
89	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	31
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
91	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
92	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
93	3	3	3	3	4	4	2	3	2	3	30
94	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	35
95	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34
96	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	2	3	2	4	3	3	3	3	4	3	30
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



### Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre-Test*

#### A. Hasil Uji Validitas *Pre-Test*

##### 1. Hasil Uji Validitas *Pre-Test Public Relations (X<sub>1</sub>)*

		Correlations							
		PR_1	PR_2	PR_3	PR_4	PR_5	PR_6	PR_7	PR_TOTAL
PR_1	Pearson Correlation	1	,405*	,543**	,636**	,111	,350	,209	,756**
	Sig. (2-tailed)		,026	,002	,000	,558	,058	,267	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PR_2	Pearson Correlation	,405*	1	,405*	,511**	,258	,466**	,399*	,771**
	Sig. (2-tailed)	,026		,026	,004	,168	,009	,029	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PR_3	Pearson Correlation	,543**	,405*	1	,331	,238	,151	,055	,651**
	Sig. (2-tailed)	,002	,026		,074	,206	,426	,772	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PR_4	Pearson Correlation	,636**	,511**	,331	1	,111	,490**	,334	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,074		,559	,006	,071	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PR_5	Pearson Correlation	,111	,258	,238	,111	1	,138	,128	,436*
	Sig. (2-tailed)	,558	,168	,206	,559		,466	,501	,016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PR_6	Pearson Correlation	,350	,466**	,151	,490**	,138	1	,349	,619**
	Sig. (2-tailed)	,058	,009	,426	,006	,466		,059	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PR_7	Pearson Correlation	,209	,399*	,055	,334	,128	,349	1	,488**
	Sig. (2-tailed)	,267	,029	,772	,071	,501	,059		,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,756**	,771**	,651**	,760**	,436*	,619**	,488**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,016	,000	,006	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**2. Hasil Uji Validitas *Pre-Test Social Media Influencer (X<sub>2</sub>)***

		SMI_1	SMI_2	SMI_3	SMI_4	SMI_5	SMI_TOTAL
SMI_1	Pearson	1	,558**	,840**	,673**	,620**	,840**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
SMI_2	Pearson	,558**	1	,760**	,596**	,662**	,819**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
SMI_3	Pearson	,840**	,760**	1	,778**	,738**	,943**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
SMI_4	Pearson	,673**	,596**	,778**	1	,790**	,880**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
SMI_5	Pearson	,620**	,662**	,738**	,790**	1	,880**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	,840**	,819**	,943**	,880**	,880**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**3. Hasil Uji Validitas *Pre-Test Keputusan Nasabah (Y)***

		KN_1	KN_2	KN_3	KN_4	KN_5	KN_6	KN_7	KN_8	KN_9	KN_10	KN_TOTAL
KN_1	Pearson	1	,755**	,727**	,079	,625**	,459*	,480**	,311	-,074	,502**	,649**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,677	,000	,011	,007	,094	,698	,005	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KN_2	Pearson	,755**	1	,824**	,351	,558**	,634**	,433*	,230	-,008	,426*	,719**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,057	,001	,000	,017	,222	,968	,019	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KN_3	Pearson	,727**	,824**	1	,333	,709**	,709**	,428*	,471**	,053	,575**	,809**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,072	,000	,000	,018	,009	,781	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KN_4	Pearson	,079	,351	,333	1	,210	,371*	,145	,085	,189	,177	,478**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,677	,057	,072		,264	,044	,446	,657	,316	,350	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KN_5	Pearson	,625**	,558**	,709**	,210	1	,762**	,447*	,622**	,249	,558**	,806**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,264		,000	,013	,000	,185	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KN_6	Pearson	,459*	,634**	,709**	,371*	,762**	1	,300	,427*	,228	,408*	,760**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000	,044	,000		,107	,019	,225	,025	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KN_7	Pearson	,480**	,433*	,428*	,145	,447*	,300	1	,621**	,273	,656**	,687**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,007	,017	,018	,446	,013	,107		,000	,144	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KN_8	Pearson	,311	,230	,471**	,085	,622**	,427*	,621**	1	,366*	,846**	,712**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,094	,222	,009	,657	,000	,019	,000		,047	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KN_9	Pearson	-,074	-,008	,053	,189	,249	,228	,273	,366*	1	,374*	,464**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,698	,968	,781	,316	,185	,225	,144	,047		,042	,010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KN_10	Pearson	,502**	,426*	,575**	,177	,558**	,408*	,656**	,846**	,374*	1	,788**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,005	,019	,001	,350	,001	,025	,000	,000	,042		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	,649**	,719**	,809**	,478**	,806**	,760**	,687**	,712**	,464**	,788**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,007	,000	,000	,000	,000	,010	,000	





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

B. Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test

1. Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test Public Relations (X<sub>1</sub>)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,766	,763	7

2. Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test Social Media Influencer (X<sub>2</sub>)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,921	,922	5

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

### 3. Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test* Keputusan Nasabah (Y)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,845	,879	10



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

### A. Hasil Uji Validitas

#### 1. Hasil Uji Validitas *Public Relations* ( $X_1$ )

		Correlations							
		PR_1	PR_2	PR_3	PR_4	PR_5	PR_6	PR_7	PR_TOTAL
PR_1	Pearson	1	,537**	,583**	,448**	,397**	,337**	,174	,746**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,001	,083	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PR_2	Pearson	,537**	1	,405**	,522**	,544**	,392**	,257**	,794**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,010	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PR_3	Pearson	,583**	,405**	1	,331**	,303**	,315**	,145	,647**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,002	,001	,149	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PR_4	Pearson	,448**	,522**	,331**	1	,337**	,446**	,199*	,692**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,001	,000	,047	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PR_5	Pearson	,397**	,544**	,303**	,337**	1	,432**	,180	,687**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,001		,000	,073	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PR_6	Pearson	,337**	,392**	,315**	,446**	,432**	1	,347**	,677**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PR_7	Pearson	,174	,257**	,145	,199*	,180	,347**	1	,471**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,083	,010	,149	,047	,073	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PR_TOTAL	Pearson	,746**	,794**	,647**	,692**	,687**	,677**	,471**	1
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**2. Hasil Uji Validitas *Social Media Influencer* (X<sub>2</sub>)**

		SMI_1	SMI_2	SMI_3	SMI_4	SMI_5	SMI_TOTAL
SMI_1	Pearson	1	,783**	,814**	,726**	,719**	,893**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
SMI_2	Pearson	,783**	1	,806**	,720**	,749**	,896**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
SMI_3	Pearson	,814**	,806**	1	,778**	,790**	,926**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
SMI_4	Pearson	,726**	,720**	,778**	1	,831**	,897**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
SMI_5	Pearson	,719**	,749**	,790**	,831**	1	,907**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
SMI_TOTAL	Pearson	,893**	,896**	,926**	,897**	,907**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**3. Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)**

		KN_1	KN_2	KN_3	KN_4	KN_5	KN_6	KN_7	KN_8	KN_9	KN_10	KN_TOTAL
KN_1	Pearson	1	,735**	,573**	,308**	,346**	,236*	,419**	,452**	,167	,484**	,712**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,000	,018	,000	,000	,098	,000	,000



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN_2	Pearson Correlation	,735**	1	,708**	,277**	,315**	,258**	,428**	,428**	,155	,456**	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,005	,001	,009	,000	,000	,123	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN_3	Pearson Correlation	,573**	,708**	1	,440**	,422**	,376**	,476**	,470**	,137	,529**	,779**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,176	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN_4	Pearson Correlation	,308**	,277**	,440**	1	,113	,260**	,272**	,250*	,228*	,317**	,576**
	Sig. (2-tailed)	,002	,005	,000		,263	,009	,006	,012	,023	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN_5	Pearson Correlation	,346**	,315**	,422**	,113	1	,710**	,324**	,372**	,024	,390**	,581**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,263		,000	,001	,000	,813	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN_6	Pearson Correlation	,236*	,258**	,376**	,260**	,710**	1	,297**	,358**	,047	,457**	,590**
	Sig. (2-tailed)	,018	,009	,000	,009	,000		,003	,000	,645	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN_7	Pearson Correlation	,419**	,428**	,476**	,272**	,324**	,297**	1	,641**	,077	,446**	,665**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,006	,001	,003		,000	,444	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN_8	Pearson Correlation	,452**	,428**	,470**	,250*	,372**	,358**	,641**	1	,179	,575**	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,012	,000	,000	,000		,075	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN_9	Pearson Correlation	,167	,155	,137	,228*	,024	,047	,077	,179	1	,329**	,415**



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Sig. (2-tailed)	,098	,123	,176	,023	,813	,645	,444	,075		,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN_10	Pearson Correlation	,484**	,456**	,529**	,317**	,390**	,457**	,446**	,575**	,329**	1	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,001		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN_T OTAL	Pearson Correlation	,712**	,714**	,779**	,576**	,581**	,590**	,665**	,714**	,415**	,753**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**B. Hasil Uji Reliabilitas**

**1. Hasil Uji Reliabilitas *Public Relations* (X<sub>1</sub>)**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,803	,800	7

**2. Hasil Uji Reliabilitas *Social Media Influencer* (X<sub>2</sub>)**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,944	,944	5





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**3. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,830	,850	10



## Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

### A. Hasil Uji Normalitas

#### 1. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,20711614
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,056
	Negative	-,067
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

### B. Hasil Uji Multikolinearitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16,625	2,209		7,527	,000		
	SQ_PR	,705	,105	,585	6,725	,000	,846	1,182
	SQ_SMI	,070	,087	,070	,808	,421	,846	1,182

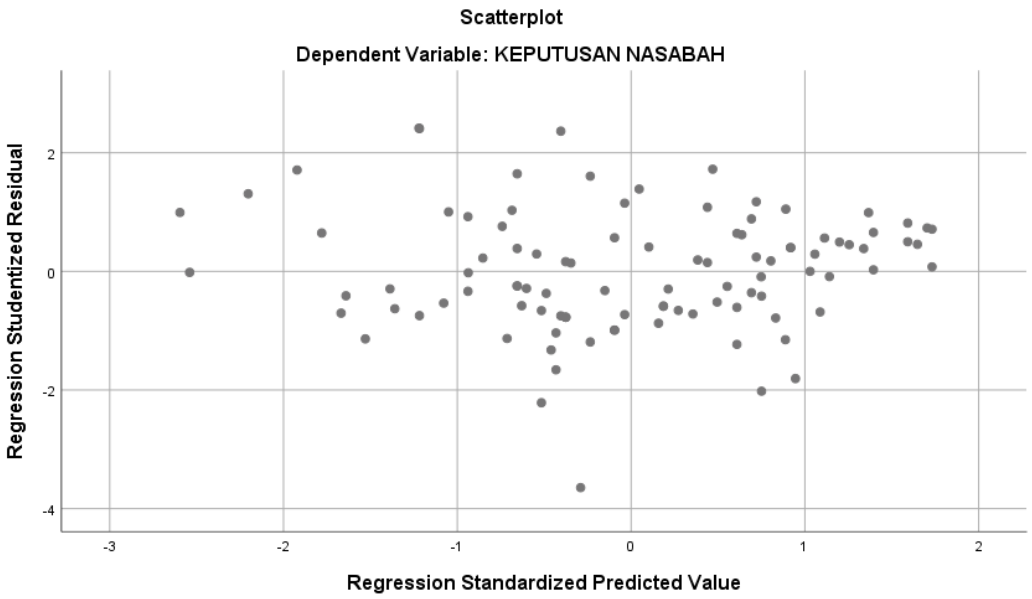
a. Dependent Variable: SQ\_KN

#### Hak Cipta :

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



### C. Hasil Uji Heteroskedastisitas



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis

### 1. Hasil Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji T)

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	16,625	2,209		7,527	,000
	PUBLIC RELATIONS	,705	,105	,585	6,725	,000
	SOCIAL MEDIA INFLUENCER	,070	,087	,070	,808	,421

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

### 2. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Model		ANOVA <sup>a</sup>				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	622,086	2	311,043	29,630	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1018,274	97	10,498		
	Total	1640,360	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), SOCIAL MEDIA INFLUENCER, PUBLIC RELATIONS

### 3. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,616 <sup>a</sup>	,379	,366	3,24001

a. Predictors: (Constant), SOCIAL MEDIA INFLUENCER, PUBLIC RELATIONS

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH