



© 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



**MEMBANGUN *DIGITAL BRAND IMAGE* BANK SYARIAH INDONESIA**

Disusun Oleh:

**Devy Indah Dhiani**

**NIM. 1904411056**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**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



**MEMBANGUN *DIGITAL BRAND IMAGE* BANK SYARIAH INDONESIA**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan pada  
Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan  
Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
DISUSUN OLEH:  
Devy Indah Dhiani/1904411056  
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH**

**PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2023**



## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Devy Indah Dhiani

NIM : 1904411056

Tanda Tangan:



Tanggal : 17 Juli 2023

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 :**

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 PENGESAHAN

Skripsi terapan ini diajukan oleh:

Nama : Devy Indah Dhiani  
NIM : 1904411056  
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Membangun *Digital Brand Image* 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 Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. 

Anggota Penguji : Dr. Ali Masjono Muchtar, S.E., M.B.I.T. 

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 17 Juli 2023

**Ketua Jurusan Akuntansi**



**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 SKRIPSI

Nama Penyusun : Devy Indah Dhiani  
NIM : 1904411056  
Jurusan/Program Studi: Akuntansi/Keuangan dan Perbankan Syariah  
Judul : Membangun *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia

Disetujui oleh  
Pembimbing

Dr. Ali Masjono Muchtar, S.E., M.B.I.T.  
NIP. 195909211989031002

Ketua Program Studi  
Keuangan dan Perbankan Syariah

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 mengemukakan 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 : Devy Indah Dhiani  
NIM : 1904411056  
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah  
Jurusan : Akuntansi  
Jenis Karya : Skripsi Terapan

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:

“Membangun *Digital Brand Image* Bank 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 : 17 Juli 2022

Yang menyatakan

(Devy Indah Dhiani)





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul *“Membangun Digital Brand Image Bank Syariah Indonesia”*. Shalawat serta salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini, dan juga para keluarganya, sahabatnya, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Terwujudnya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Nurul Hasanah, S.ST., M.Si. selaku Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. Ali Masjono Muchtar, S.E., M.B.I.T. selaku dosen pembimbing penulisan skripsi. Terima kasih atas arahan, bimbingan, dan ketersediaan waktunya selama masa penyusunan skripsi terapan ini.
5. Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Staff administrasi Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberi pelayanan kepada mahasiswa Akuntansi.
7. Bapak Wawan Wachyudin (Alm) selaku orang tua saya, semoga beliau diterima di sisinya-Nya.

### 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 :**

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Ibu Asiyah selaku orang tua saya yang selalu mendoakan, memberi semangat, memberi dukungan moral maupun material sehingga penyusunan skripsi terapan ini bisa diselesaikan dengan baik.
9. Kakak tercinta, Andry Setiawan yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
10. Raichan Linggam Triputra yang selalu bersedia menjadi tempat keluh kesah serta telah banyak membantu saya dari dimulainya pembuatan skripsi ini dan selalu memberi dukungan tiada henti.
11. Annisa Tri Kirana, Agustina Wijaya, Firyal Afni, Nadia Nur Fauziah, Putri Fazila, dan Yasmin Amira selaku teman baik selama perkuliahan saya yang selalu support satu sama lain.
12. Nandini Caca selaku teman seperbimbingan saya yang selalu membantu saat kesulitan dalam mengerjakan skripsi.
13. Atun, Pipah, Salma, Dila, Hani, Salsa, Pipih, dan Nopi selaku teman yang selalu memberi dukungan untuk saya.
14. Teman-teman Jurusan Akuntansi Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah 2019.
15. Pihak yang terlibat dalam kehidupan saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Untuk itu, apabila terdapat saran dan kritik yang dapat membuat skripsi ini lebih baik lagi, sangat dipersilakan.

Depok, 03 Juli 2023

Penulis,

Devy Indah Dhiani

NIM. 1904411056





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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Devy Indah Dhiani

Keuangan dan Perbankan Syariah

## Membangun *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia

### ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk muslim terbesar di dunia, hal ini menunjukkan bahwa peluang bank syariah untuk terus berkembang di industri perbankan Indonesia sangat terbuka lebar. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *product quality*, *customer experience*, *brand identity*, *brand reputation*, *advertising and marketing*, *social responsibility*, dan *competition* terhadap pembangunan *digital brand image* Bank Syariah Indonesia. Pengambilan sample dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Data penelitian didapat melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian berdasarkan analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa *brand identity*, *social responsibility*, dan *competition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* Bank Syariah Indonesia. Sedangkan *product quality*, *customer experience*, *brand reputation*, *advertising and marketing* berpengaruh negative terhadap *brand image* Bank Syariah Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Bank Syariah Indonesia dalam menyusun strategi untuk membangun *brand image* perusahaan.

Kata kunci: *Product Quality*, *Customer Experience*, *Brand Identity*, *Brand Reputation*, *Advertising and Marketing*, *Social Responsibility*, *Competition*, *Brand Image*



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Devy Indah Dhiani

Keuangan dan Perbankan Syariah

**Membangun *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia**

**ABSTRACT**

*Indonesia is a country with the largest Muslim population in the world, this shows that the opportunity for Islamic banks to continue to grow in the Indonesian banking industry is wide open. This study was conducted to examine the effect of product quality, customer experience, brand identity, brand reputation, advertising and marketing, social responsibility, and competition on building the digital brand image of Bank Syariah Indonesia. Sampling was done with accidental sampling technique. Research data obtained through distributing questionnaires to 200 respondents. The data analysis method in this study uses the Structural Equation Model - Partial Least Square (SEM-PLS) method with the help of SmartPLS 3.0 software. The results of research based on SEM-PLS analysis show that brand identity, social responsibility, and competition have a positive and significant effect on the brand image of Bank Syariah Indonesia. While product quality, customer experience, brand reputation, advertising and marketing have a negative effect on the brand image of Bank Syariah Indonesia. The results of this study are expected to be useful for Bank Syariah Indonesia in developing strategies to build the company's brand image.*

*Keywords: Product Quality, Customer Experience, Brand Identity, Brand Reputation, Advertising and Marketing, Social Responsibility, Competition, Brand Image*





**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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	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 KAJIAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Digital Marketing .....	10
2.2 Brand Image .....	12
2.3 Product Quality.....	15
2.4 Customer Experience .....	16
2.5 Brand Identity.....	16
2.6 Brand Reputation.....	17
2.7 Advertising dan Marketing.....	18
2.8 Social Responsibility .....	18





**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

2.9	Competition .....	19
2.10	Penelitian Terdahulu.....	20
2.11	Kerangka Pemikiran .....	21
2.12	Hipotesis Penelitian .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>26</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	26
3.2	Objek Penelitian .....	26
3.3	Metode Pengambilan Sampel .....	26
3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	28
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	28
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	29
3.7	Metode Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>37</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	37
4.2	Pembahasan .....	51
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>56</b>
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>64</b>



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	22
Gambar 4. 1 Model Penelitian .....	40
Gambar 4. 2 Model Penelitian .....	43
Gambar 4. 3 Hasil Akhir Model Penelitian.....	44
Gambar 4. 4 Model <i>Digital Brand Image</i> .....	55





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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	37
Tabel 4. 2 Hasil <i>Convergent Validity</i> .....	41
Tabel 4. 3 <i>Discriminant Validity</i> oleh <i>Cross Loading</i> .....	45
Tabel 4. 4 <i>Composite Reliability</i> .....	46
Tabel 4. 5 Tabel <i>R-Squares</i> .....	47
Tabel 4. 6 Hasil <i>Path Coefficient</i> .....	48







**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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 Data Kuesioner .....	71



**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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era modern ini, banyak pebisnis memprioritaskan citra merek mereka untuk menjadi yang terbaik di mata konsumen karena banyaknya pesaing dan kemajuan teknologi. Akibatnya, banyak perusahaan melakukan berbagai cara untuk menciptakan citra merek yang kuat di mata konsumen. Menurut (Miati, 2020), *brand image* merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang dibentuk dari informasi serta pengalaman sebelumnya. Sedangkan menurut (Kotler & Keller, 2016) (Yusup, Hermina, & Rismanto, 2021) *brand image* merupakan pemahaman konsumen mengenai merek secara keseluruhan, kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tertentu, dan bagaimana konsumen memandang suatu merek.

*Brand image* merupakan komponen penting dari sebuah produk baik itu barang maupun jasa. Memiliki citra merek yang positif berarti membangun reputasi positif bagi perusahaan (Romantico, 2015). *Product quality* merupakan salah satu strategi dalam pemasaran digital yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap produk yang dihasilkan perusahaan (Kotler & Keller, 2016). Apabila kualitas suatu produk sudah terbilang baik dimata masyarakat maka *brand reputation* perusahaannya menjadi positif serta *image* perusahaan pun akan meningkat. Perusahaan dengan reputasi baik memiliki banyak keuntungan. Salah satunya adalah produk baru yang mudah diterima oleh calon pembeli karena masyarakat sudah memiliki ekspektasi yang lebih besar terhadap merek tersebut.

Selain itu, *brand image* yang baik juga dapat menciptakan hubungan yang baik antara pebisnis dan konsumen (Onsardi, Ekowati, Yulinda, & Megawati, 2022). Ketika hubungan tersebut terus berlanjut, konsumen sering

meninggalkan kesan positif tentang merek tersebut kepada orang lain secara sukarela atau biasa disebut dengan *customer experience*. Hal ini tanpa sadar menjadi iklan "gratis", tetapi berdampak besar pada perusahaan.

Membangun atau mempertahankan citra merek dapat meningkatkan keunggulan persaingan, yaitu keadaan di mana sebuah merek memiliki sesuatu yang lebih baik atau lebih unggul dari kompetitor. Hal ini akan memungkinkan perusahaan untuk membebaskan harga yang lebih tinggi yang bersedia dibayar oleh pelanggan, dengan kata lain perusahaan menang dalam persaingan bisnis tersebut. Membangun *brand image* juga merupakan salah satu strategi untuk menciptakan *Brand Top Of Mind* (Harto, Rozak, & Rukmana, 2021). *Top Of Mind* berarti merek yang pertama kali terlintas di benak konsumen ketika diminta untuk menyebutkan merek dalam suatu kategori produk. Untuk membantu konsumen mengingat suatu produk perlu adanya *brand identity* yang mencakup logo, *tagline*, warna kemasan, dan lain-lain.

*Advertising and marketing* juga termasuk dalam dimensi *brand image* yang sangat berpengaruh dalam membangun *brand image* perusahaan. Salah satu metode terbaik untuk membantu pemasaran bisnis adalah periklanan, yang membantu menjalin komunikasi antara perusahaan dan pelanggannya. (Mulitawati & Retnasary, 2020). Selain itu, meningkatkan citra merek melalui kampanye periklanan dapat membantu meningkatkan kesadaran merek. Ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan berbagai upaya untuk mempromosikan produk mereka.

Cara lain yang digunakan untuk membangun citra merek adalah dengan melakukan *corporate social responsibility* yaitu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan sosial. Manfaat yang bisa dirasakan dari *corporate social responsibility* ini adalah citra merek yang akan semakin baik (Lestari & Hernawati, 2022). Citra positif



**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





tersebut lah yang pada akhirnya dapat menjadi daya tarik sebuah *brand* sehingga pelanggan semakin setia, dan menumbuhkan konsumen-konsumen baru.

Pemerintah resmi mendirikan Bank Syariah Indonesia pada tanggal 1 Februari 2021 dalam upaya untuk memajukan ekonomi syariah sebagai bagian penting dari perekonomian nasional. Bank ini memiliki potensi untuk menjadi salah satu pusat keuangan islam terbesar di dunia. Bank Syariah Indonesia merupakan hasil *merger* dari anak perusahaan BUMN yang terdiri dari BRI Syariah (BRIS), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan BNI Syariah (BNIS). Penggabungan ketiga bank syariah memberikan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih besar. (PT Bank Syariah Indonesia, 2021).

Peluang BSI untuk terus berkembang di industri perbankan Indonesia sangat terbuka lebar, mengingat fakta bahwa Indonesia memiliki populasi muslim terbesar di dunia. Tetapi, *market share* BSI pada Oktober 2022 hanya sebesar 2,50% dari perbankan konvensional yang sudah mencapai 97,42% (PT Bank Syariah Indonesia, 2021). Jumlah *market share* BSI yang rendah ini disebabkan oleh fakta bahwa banyak orang di Indonesia belum tertarik dengan bank syariah (Saputra, 2022). Produk – produk yang ditawarkan oleh bank syariah masih kalah pamor dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank konvensional.

Alasan masyarakat kurang tertarik dengan Bank Syariah Indonesia karena mereka belum memahami apa itu bank syariah, sistemnya serta produknya (Nadia, Azharsyah, & Jalilah, 2019). Mungkin beberapa orang yang sudah mengetahui sistem operasional bank syariah bisa menjadi pertimbangan mereka ketika ingin mendepositkan uangnya pada Bank Syariah Indonesia. Namun bagi orang-orang yang sudah terbiasa dengan bank konvensional, akan sulit untuk berpindah ke 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

*Image* Bank Syariah Indonesia di mata masyarakat pun masih negatif, sebagian orang beranggapan bahwa Bank Syariah Indonesia sebenarnya sama saja dengan bank konvensional (Marseli, 2022), masih belum 100% terbebas dari riba. Salah satu contoh yang sering terjadi adalah ketika orang-orang hanya menggunakan istilah halal dan haram untuk membedakan bank syariah dengan bank konvensional. Ada orang yang bahkan berpikir bahwa kedua sistem perbankan adalah satu dan sama, hanya istilah yang berbeda. Ini merupakan informasi yang rumit dan tidak dapat diterima oleh masyarakat. Agar masyarakat lebih memahami perbedaan yang mendasar antara sistem bank syariah dan konvensional, ketidakjelasan tersebut harus diluruskan.

Oleh karena itu, dalam memenangkan persaingan khususnya di industri perbankan, Bank Syariah Indonesia harus mempunyai strategi pemasaran yaitu penguatan merek atau *brand*. Untuk meningkatkan citra merek Bank Syariah Indonesia, perusahaan harus menawarkan produk jasa yang lebih menarik karena pelanggan cenderung menggunakan merek bank konvensional sebagai referensi sebelum memutuskan untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. (Yuvita, Wahab, & Sulastri, 2019).

Perusahaan sering menggunakan teknologi modern seperti *digital marketing* untuk membangun citra merek. Di Indonesia, *digital marketing* sangat berkembang karena penggunaan internet yang terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data yang diambil dari (Hootsuite, 2022) bahwa jumlah pengguna teknologi digital melalui jaringan internet selalu meningkat dari tahun 2018 hingga 2022. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *We are Social Hootsuite*, terdapat 132 juta jiwa pengguna internet di Indonesia per 2018. Angka tersebut setara dengan 49,9% dari populasi penduduk Indonesia dan hingga tahun 2022 terdapat 204 juta jiwa pengguna internet di Indonesia setara 73,7% dari populasi penduduk Indonesia (Hootsuite, 2022).

#### 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



Penelitian yang dilakukan oleh (Adriyati & Indriani, 2017), menyebutkan adanya pengaruh signifikan dan positif antara *brand image* dengan minat beli. Adapun dukungan dari penelitian yang dilakukan oleh (Arifin & Fachrodji, 2015), yang berpendapat bahwa konsumen akan lebih mudah membeli produk dengan *brand image* yang positif. Tetapi (Sugiharto & Rahardjo, 2020) menyebutkan bahwa digital marketing berpengaruh signifikan dan citra merek berasal dari persepsi konsumen terhadap suatu merek yang sangat beragam dan dinamis, namun citra merek tidak signifikan terhadap minat pelanggan. Maka karena itu, merek perusahaan yang belum memiliki keunggulan dibandingkan dengan kompetitornya masih sulit untuk menarik perhatian pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Mahfudz, 2018) mengungkapkan bahwa *brand image* tidak berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Perusahaan harus bisa mempertahankan kualitas produknya, hal tersebutlah yang akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk seperti penelitian yang dilakukan oleh (Ronald & Sugiharto, 2020) menyebutkan bahwa product quality (PQ) berpengaruh signifikan dan positif terhadap *brand image* (BI). Penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu & Lestari, 2021) menunjukkan adanya pengaruh yang kuat dan signifikan antara *customer experience* dan *brand image*. (Lunardi & Sugiharto, 2021) menunjukkan bahwa *brand identity* berpengaruh terhadap pembentukan *brand image*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan (Jastine, 2021) menyebutkan bahwa citra merek dan reputasi merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek dari konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Damayanti, 2021) menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap *brand image* perusahaan. (Hardiani, 2018) memperoleh hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan.



**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



Dengan melihat banyaknya perbedaan dalam temuan penelitian sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan tentang “**Membangun Digital Brand Image Bank Syariah Indonesia**”.

### 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah masih kalah bersaing dengan perbankan konvensional, hal ini yang menyebabkan *market share* Bank Syariah Indonesia masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan perbankan konvensional. Karena banyak masyarakat yang masih belum paham apa itu bank syariah dan produk serta mekanisme perbankan yang sesuai syariah. Image Bank Syariah Indonesia di mata masyarakat pun masih negatif, sebagian orang beranggapan bahwa Bank Syariah Indonesia sebenarnya sama saja dengan bank konvensional.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian terdiri dari:

1. Bagaimana pengaruh *Product Quality* terhadap *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *Customer Experience* terhadap *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh *Brand Identity* terhadap *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh *Brand Reputation* terhadap *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh *Advertising and Marketing* terhadap *Digital Brand Image* 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 mengumumkannya 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

6. Bagaimana pengaruh *Social Responsibility* terhadap *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia?
7. Bagaimana pengaruh *Competition* terhadap *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh *product quality* terhadap *digital brand image* Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap *digital brand image* Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh *brand identity* terhadap *digital brand image* Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk menganalisis pengaruh *brand reputation* terhadap *digital brand image* Bank Syariah Indonesia.
5. Untuk menganalisis pengaruh *advertising and marketing* terhadap *digital brand image* Bank Syariah Indonesia.
6. Untuk menganalisis pengaruh *social responsibility* terhadap *digital brand image* Bank Syariah Indonesia.
7. Untuk menganalisis pengaruh *competition* terhadap *digital brand image* Bank Syariah Indonesia.
8. Untuk mengembangkan model *digital brand image* Bank Syariah Indonesia.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan



Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi bagi Bank Syariah Indonesia untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang dapat memengaruhi pembangunan *digital brand image* Bank Syariah Indonesia.

## 2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat serta dapat melengkapi literatur dengan menjadi tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan mengkaji variabel dan teori yang relevan.

## 3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman terkait *digital brand image* pada perbankan syariah, serta dapat membandingkan konsep yang telah dipelajari dalam perkuliahan dengan penerapannya lingkungan.

### 1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sistematika dalam setiap babnya. Penggunaan sistematika ini dilakukan dengan tujuan untuk membuat penulis lebih terarah dalam memberikan bahasan. Sistematika yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan yang terdiri dari enam sub bab, yaitu latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi yang menggambarkan kerangka pembahasan antar bab yang berhubungan dan berkaitan satu dengan lainnya.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA



#### 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



Berisi kajian pustaka yang terdiri dari landasan teoritis yang berisikan teori-teori yang mendukung penelitian, tinjauan pustaka yang memuat penelitian-penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

### BAB III METODE PENELITIAN

Berisi metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi hasil dan pembahasan penelitian. Hasil penelitian tersebut dijabarkan melalui data angka yang serta pembahasannya.

### BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini memuat kesimpulan pembahasan penelitian dari awal sampai akhir. Setelah itu dilanjut dengan saran-saran yang berkaitan dengan hasil penelitian.

**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 mengemukakan 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 mengumunkan 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 dan pembahasan mengenai pengaruh *product quality, customer experience, brand identity, brand reputation, advertising and marketing, social responsibility*, dan *competition* terhadap *digital brand image* Bank Syariah Indonesia, serta menjawab tujuan dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa hanya H3, H6, dan H7 yang berpengaruh positif dan signifikan. Dari tiga variabel tersebut, yang memiliki kontribusi paling besar dalam memengaruhi *brand image* Bank Syariah Indonesia adalah variabel *social responsibility*, dapat dilihat dari nilai *original sample* dan *t-statistics* yang lebih besar dibandingkan dengan dua variabel lainnya. Sehingga dengan memberikan tanggung jawab sosial dengan cara menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat akan membangun *image* Bank Syariah Indonesia.

Indikator pernyataan yang menyatakan bahwa Bank Syariah Indonesia mampu mendorong pertumbuhan ekonomi syariah Indonesia, memiliki kontribusi paling besar dalam memengaruhi variabel *social responsibility*. Hal ini bisa mendorong Bank Syariah Indonesia untuk terus memberikan kemaslahatan terbesar bagi masyarakat dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional. Pada variabel *brand identity*, turunan dimensi yang paling berpengaruh dengan indikator pernyataan yang menyatakan bahwa *brand identity* lah yang dapat membedakan Bank Syariah Indonesia dengan bank-bank lain, hal tersebut yang membuat *brand image* Bank Syariah Indonesia melekat di mata masyarakat. Sedangkan pada variabel *competition* dengan indikator bahwa biaya administrasi pada Bank Syariah Indonesia lebih murah dibandingkan dengan bank-bank lain yang memacu responden untuk menabung di Bank Syariah Indonesia membuat Bank Syariah Indonesia sudah unggul dalam persaingan di industri perbankan Indonesia. Sehingga dapat diartikan bahwa *competition* dapat memengaruhi peningkatan *brand image* perusahaan.



## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, *product quality*, *customer experience*, *brand reputation*, dan *competition* tidak memengaruhi *brand image* Bank Syariah Indonesia tetapi pihak bank tetap harus memberikan kualitas produk yang terbaik untuk nasabah. Kualitas layanan pun harus ditingkatkan agar nasabah merasa nyaman saat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia dan bisa berbagi pengalaman dengan orang-orang sekitar. Sebagai bank yang menjadi tulang punggung ekosistem perekonomian syariah di Indonesia, reputasi Bank Syariah Indonesia tetap harus dijaga dengan baik agar para nasabah Bank Syariah Indonesia merasa aman dan nyaman saat menabung atau bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.

Diharapkan pihak Bank Syariah Indonesia berfokus pada variabel-variabel yang dapat memengaruhi peningkatan *brand image* perusahaan terutama pada variabel *social responsibility* yang mempunyai pengaruh besar dalam pembangunan *brand image* Bank Syariah Indonesia. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan kegiatan atau program yang diberikan untuk masyarakat di suatu daerah tertentu sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan, menjaga *brand identity* yang sudah dibangun, dan selalu menganalisis pasar yang bertujuan untuk melihat apa yang tengah dibutuhkan pasar saat ini dan apa yang sanggup perusahaan tawarkan untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya.

### 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 :

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

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, J. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Reputation dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Tokopedia (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-13.
- Adriyati, & Indriani. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal of Management*, 1-14.
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The Influence of Discount Framing towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 851-858.
- Anggraeni, E. D. (2020). Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 1-15.
- Arifin, & Fachrodji. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14.
- Aziz, R. (2020). *Digital Marketing Content*. Jakarta: Erlangga.
- Bateman, T., & Snell, S. (2014). *MANAJEMEN Kepemimpinan dan Kerja Sama dalam Dunia yang Kompetitif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Belch, G. (2020). *Advertising An Integrated Marketing Communication Perspective*. Australia: McGraw-Hill Education.
- Boyd, W. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global edisi kedua jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Cahyani, U. (2016). Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami. *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 56-70.
- Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 40-43.



**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

- Chaffey, D., & Chadwick, E. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Boston: Pearson.
- Damayanti, S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image MyPangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1-11.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 30-42.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, B. C., Dharmayanti, D., & Karina, R. (2018). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1-11.
- Hardiani. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Brand Image (Citra Perusahaan) Studi Pada PT. Bank BRI Tbk (Persero) Cabang Makassar. *Jurnal Ilmiah BONGAYA*, 1-7.
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *Jurnal Atrabis*, 68.
- Hasan, A. (2018). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hootsuite, W. (2022, February 15). *Digital 2022: Indonesia*. Retrieved February 18, 2023, from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Hutomo, F., & Samuel, H. (2020). Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-10.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UKM dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *Journal of Character Education Society*, 1-18.





**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

- Jastine, V. (2021). Pengaruh dari Brand Trust, Brand Image dan Reputation terhadap Brand Loyaty Kopi Lokal di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 1-5.
- Juliandi, A. (2018, Mei 11). Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) dengan Smartpls. Medan, Sumatera Utara, Indonesia.
- Khairani, M. (2017). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Management, Sixth Edition, Global Edition*. New York: Pearson.
- Lestari, I. D., & Hernawati, R. (2022). Kegiatan CSR dalam Meningkatkan Corporate Image. *Jurnal Riset Public Relations (JRPR)*, 1-5.
- Liesander, I. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Lima di Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 110-115.
- Lunardi, J., & Sugiharto, S. (2021). Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Pembentukan Brand Image dengan Promotion Mix dan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening Pada Merek Speedo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-11.
- Mahfudz, N. W. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 1-6.
- Marlina, L. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 71-83.
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 53.
- Marseli, A. (2022). Persepsi Masyarakat Koto Nagari Simpuruik Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 849.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding Costomer Experience. *USA Harvard Business Review*, 1-12.





**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

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 71.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Produk Polycrol Forte Melalui Akun Instagram @ahlinyaobatmaag). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 11.
- Musay, F. P. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-7.
- Nadia, S., Azharsyah, & Jalilah. (2019). Analisis Hambatan Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia (Kajian Terhadap Perbankan Syariah di Aceh). *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 173.
- Nurcholifah, I. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa*, 1-14.
- Oliver, R. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: Routledge.
- Onsardi, Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image, dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina MS Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 13.
- Parakkasi, I. (2020). *Pemasaran Syariah Era Digital*. Bogor: Penerbit Lindan Bestari.
- Parhizgar, M. M., Neshod, F. Z., & Ramezani, S. (2015). Effect of Brand Factors on Costumer Loyalty . *Journal GMP Review of Marketing*, 1.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Journal of Marketing: Harvard Business Review*, 78-79.
- Prabowo, W. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital dan Perceived Qualit sebagai



Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 101-112.

Priadana, M., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Pascal Books.

PT Bank Syariah Indonesia. (2021, Februari 1). *Bank Syariah Indonesia*. Retrieved April 12, 2023, from Bank Syariah Indonesia: [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html)

Rahayu, N. A., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand Image Pada Aplikasi Linkaja . *eProceedings of Management*, 4-5.

Rita. (2019). Competitive Advantage. *Global Business Marketing*, 1.

Romantico, A. (2015). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Wifi Bandung Juara Terhadap Citra Perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. *Journal E-Proceeding of Management*, 6.

Ronald, & Sugiharto, S. (2020). Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Preference Pada Produk Samsung di Surabaya Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-5.

Santoso, V. P. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image Pada Produk Tupperware. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 1-27.

Saputra, S. D. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Pengajuan Pembiayaan di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Samapun Kecamatan Sumbawa. *Journal of Innovation Research and Knowledge* , 867.

Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Schmitt, B. H. (2000). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*. New York: The Free Press.

Soemall, R. N., & Dharmayanti, D. (2015). Pengaruh Product Innovation, Product Quality dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Competitive Advantage Sebagai Variabel Intervening di PT Wijaya Indonesia Makmur Bicycle Industries Gresik. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2-3.

Stanton, W. (1996). *Prinsip Pemasaran, Jilid I dan II*. Jakarta: Erlangga.

**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 kritis 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



- Sugiharto, S., & Rahardjo, N. A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing PT Prudential Life Assurance Terhadap Minat Beli Masyarakat di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-17.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Pascal Books.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vaaland, T. I., & Heide, M. (2008). Managing corporate social responsibility: lessons from the oil industry. *Corporate Communications: An International Journal*, 212-222.
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam membangun Loyalitas Pelanggan pada PT. Tanjung Abadi. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 1-16.
- Wardiana, U. (2004). *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Bina Ilmu.
- Widayat. (2004). *Metode Penelitian Pemasaran (Aplikasi Software SPSS)*. Malang: UMM Press.
- Yusup, M. R., Hermina, T., & Rismanto, H. (2021). E-Service Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention. *Journal of Knowledge Management*, 40.
- Yuvita, H., Wahab, Z., & Sulastri. (2019). Pengaruh Brand Image dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank BNI Syariah di Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 432.

**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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



# LAMPIRAN

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

## Kuesioner Penelitian

“Membangun *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia”

Assalamualaikum wr. wb

Saya Devy Indah Dhiani, mahasiswi tingkat akhir Program Studi D4 - Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul "Membangun *Digital Brand Image* Bank Syariah Indonesia".

Saya mengharapkan ketersediaan Saudara apabila Saudara sesuai dengan kriteria berikut:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)
2. Berdomisili di Jabodetabek

Seluruh informasi dan jawaban yang diberikan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Sebagai bentuk apresiasi terhadap responden, maka tiga responden yang beruntung akan diberikan hadiah berupa saldo e-wallet. Terima kasih atas perhatian dan ketersediaan Saudara untuk mengisi kuesioner ini.

Wassalamualaikum wr. wb.



**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



### Identitas Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin
  - a. Laki-Laki
  - b. Perempuan
3. Usia
  - a. 13 - 20 tahun
  - b. 21 – 27 tahun
  - c. 28 – 35 tahun
  - d. > 35 tahun
4. Domisili
  - a. Jakarta
  - b. Bogor
  - c. Depok
  - d. Tangerang
  - e. Bekasi
5. Pekerjaan
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Wiraswasta/Karyawan Swasta
  - c. PNS/BUMN

#### 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 :**

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

- d. Tidak Bekerja/Ibu Rumah Tangga
6. Pendapatan
  - a. < Rp 1.000.000
  - b. Rp. 1.000.000 – Rp 5.000.000
  - c. Rp 5.000.001 – Rp 10.000.000
  - d. > Rp 10.000.000
7. Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)
  - a. Ya
  - b. Tidak (berhenti sampai disini/mohon tidak melanjutkan)

**Kuesioner Penelitian**

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (Setuju)

5 = Sangat Setuju (SS)

**Product Quality (X1)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Saya merasa puas dengan kinerja BSI karena pelayanannya cepat					
2	Kegiatan operasional BSI sudah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI					

3	Saya tertarik memilih produk BSI karena kualitas produknya memuaskan					
---	--	--	--	--	--	--

**Customer Experience (X2)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Citra dan keamanan BSI menjadikan saya merasa aman atas uang yang ditabung					
2	Saya merasa senang saat melakukan transaksi di BSI					
3	Kenyamanan bertransaksi di BSI membuat saya ingin berbagi pengalaman dengan orang-orang terdekat					

**Brand Identity (X3)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Produk tabungan yang disediakan BSI bervariasi sehingga mendorong saya untuk menabung di BSI					
2	Saya merasa puas dengan produk yang disediakan BSI					
3	Logo BSI mudah dikenali karena memiliki desain yang menarik					
4	BSI memiliki jam operasional kerja yang cocok/nyaman bagi saya					

**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

**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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**Brand Reputation (X4)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	BSI sudah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia karena merupakan bank syariah terbesar di Indonesia					
2	BSI sanggup melayani nasabah dengan segera karena karyawan nya cepat tanggap					
3	Reputasi BSI baik					

**Advertising and Marketing (X5)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Setelah saya melihat iklan produk BSI, saya menaruh perhatian terhadap produk tersebut					
2	Saya tertarik dengan produk BSI saat melihat promosi yang ada di BSI					
3	Saya memiliki keinginan untuk terus bertransaksi di BSI					
4	Saya ingin menjadi nasabah tetap karena mendapatkan kepuasan yang diberikan oleh BSI					

**Social Responsibility (X6)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)



1	BSI mampu mendorong pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia					
2	BSI menggunakan prinsip dan dasar hukum Islam sebagai pedomannya					
3	Pegawai BSI memperlakukan semua nasabah dengan cara yang sama					
4	Pegawai BSI dapat meyakinkan saya mengenai berbagai keuntungan jika menggunakan produk BSI					

**Competition (X7)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Semua produk BSI dijalankan sesuai prinsip syariah mengikuti Fatwa DSN-MUI					
2	Biaya administrasi bulanan BSI sangat murah dibandingkan bank lain					
3	Lokasi BSI mudah ditemukan					

**Brand Image (Y)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	BSI memiliki brand image yang positif karena menerapkan prinsip syariah					
2	Keunggulan BSI terletak pada penerapan prinsip syariah					

**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	BSI menjunjung tinggi nilai-nilai ketuhanan dalam kegiatan operasionalnya					
---	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2 Data Kuesioner

No	X1_1	X1_3	X1_4	X2_2	X2_3	X2_4	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X4_1	X4_2	X4_4
1.	5	5	4	3	5	4	4	4	5	4	5	5	4
2.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5.	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5
6.	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
7.	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
8.	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
9.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10.	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
11.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12.	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4
13.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14.	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4
15.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16.	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
17.	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
18.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20.	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
21.	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	3	4
22.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24.	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
25.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27.	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
28.	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
29.	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	5	5
30.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
32.	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4
33.	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	2	4
34.	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
35.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
36.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

37.	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5
38.	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
39.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40.	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4
41.	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4
42.	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
43.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
44.	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
45.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
48.	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3
49.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
51.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52.	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
53.	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
54.	4	4	4	2	2	3	4	4	4	3	4	2	3
55.	5	5	5	3	4	4	3	3	5	5	5	3	3
56.	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4
57.	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
58.	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4
59.	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60.	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
61.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62.	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
63.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64.	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4
65.	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	3	4	4
66.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
68.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
69.	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4
70.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
71.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73.	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
74.	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
75.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77.	4	5	5	3	4	3	3	3	5	3	4	3	4
78.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
79.	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3
80.	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

81.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
82.	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	4	3
83.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
84.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86.	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
87.	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
88.	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
89.	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3
90.	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4
91.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3
92.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93.	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
94.	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	5	4	4
95.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4
97.	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	2
98.	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
99.	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2
100.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
101.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102.	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
103.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
104.	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
105.	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
106.	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4
107.	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4
108.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
109.	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	5	4	3
110.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114.	4	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	3	4
115.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
116.	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
117.	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
118.	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	4
119.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
121.	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
122.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
123.	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4
124.	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

125	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4
126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
127	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	3	4
128	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	5	5	3
129	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
130	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
132	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
140	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
142	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
144	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
145	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5
146	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
147	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	4	2	3	4	4	4	5	4	5	4	3
149	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
151	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
152	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	4	3
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
155	3	4	5	4	3	5	5	4	3	3	4	5	4
156	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4
157	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
158	4	4	5	5	3	3	5	4	4	5	5	4	4
159	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
160	4	5	3	4	4	5	3	3	4	4	5	3	2
161	3	3	3	2	3	2	2	2	4	3	4	3	3
162	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4
163	3	4	2	2	3	3	2	3	3	2	3	4	3
164	4	4	4	5	4	3	3	4	2	4	3	4	5
165	4	5	4	1	4	2	3	3	5	4	5	5	3
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
167	4	3	5	3	4	5	5	4	3	3	4	5	5
168	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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

169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
170	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3
171	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
172	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
173	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
174	3	3	3	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4
175	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
177	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3
178	4	5	5	4	5	4	2	4	5	4	5	4	4	4
179	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
180	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
181	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
184	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
185	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3
186	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
187	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
188	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
190	4	3	4	2	3	4	4	2	4	3	3	4	3	3
191	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
192	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
193	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
194	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
195	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
196	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
197	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5
198	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4
199	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
200	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

No	X5_1	X5_2	X5_3	X5_4	X6_1	X6_2	X6_3	X6_4	X7_1	X7_2	X7_3	Y_1	Y_2	Y_3
1	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
6	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
7	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
8	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4

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

11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	3	4	4	5	3	3	5	4	4	4	4	3	4	4
15	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
21	3	3	3	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
31	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	2	4	4	2	5	4	4	2	4	2	4	4	4
34	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
35	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
38	4	4	3	4	5	5	5	3	4	5	3	4	4	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3
41	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4
42	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
44	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
45	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
48	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
49	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4
52	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
54	4	3	3	2	4	4	4	3	4	5	4	5	5	3

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

55	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
56	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
58	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4
59	3	3	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5
65	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
68	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
70	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
73	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
74	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3
80	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
81	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
87	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
88	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
89	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
91	4	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
94	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
97	4	3	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4
98	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4

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

99	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
100	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
104	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
107	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
108	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
109	2	3	4	5	4	5	4	4	3	4	2	3	5	5
110	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
115	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
116	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
117	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
118	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
121	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
122	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
123	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	5
124	4	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4
125	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3
126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
127	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
128	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
129	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4
130	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
132	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
135	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
136	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
140	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	3
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
142	3	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
144	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4
145	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
147	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
148	3	3	4	3	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4
149	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
151	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
152	3	3	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
155	4	5	5	3	3	4	4	5	5	4	3	4	5	5
156	4	5	4	5	5	5	4	5	5	2	2	5	5	5
157	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5
158	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	3	3	4	5
159	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
160	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	3
161	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
162	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
163	1	2	2	3	4	5	3	3	3	1	3	3	3	3
164	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	1	4	5	5
165	3	3	1	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
167	3	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	3	3
168	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
170	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	3	4	3	4
171	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	5
172	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
173	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
174	4	3	3	3	3	4	3	5	4	3	5	5	5	4
175	4	3	5	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
177	3	2	3	3	3	3	4	3	3	5	2	4	3	4
178	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
179	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
181	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	5	4	5	5	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4
184	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
185	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
186	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	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 kritis 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

187	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
188	5	4	5	3	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4
190	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
191	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5
192	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3
193	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
194	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
195	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
196	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
197	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
198	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
199	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
200	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**