



© 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



PERAN DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE DAN RELIGIUSITAS
DALAM KEPUTUSAN GENERASI Z MENJADI NASABAH
BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA JAKARTA

Disusun Oleh:

DHAFHA AZZAHRA
NIM. 2004411042
POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JULI 2024



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

SKRIPSI TERAPAN



PERAN DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE DAN RELIGIUSITAS
DALAM KEPUTUSAN GENERASI Z MENJADI NASABAH
BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA JAKARTA

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Disusun Oleh:

DHAFA AZZAHRA

NIM. 2004411042

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JULI 2024



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhafa Azzahra

NIM : 2004411042

Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya.

Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 24 Juli 2024



Dhafa Azzahra
NIM. 2004411042
**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



© 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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dhafa Azzahra
NIM : 2004411042
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Peran *Digital Marketing, Brand Image* dan Religiusitas
Dalam Keputusan Generasi Z Menjadi Nasabah Bank
Syariah Indonesia Di Kota Jakarta

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 : Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si.

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

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 24 Juli 2024

Ketua Jurusan Akuntansi

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





LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Dhafa Azzahra
NIM : 2004411042
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Peran *Digital Marketing, Brand Image* dan Religiusitas Dalam Keputusan Generasi Z Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Jakarta

Disetujui oleh Pembimbing

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

Disetujui oleh
Kepala 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan kasih sayang kepada hambanya sehingga atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “**Peran Digital Marketing, Brand Image dan Religiusitas Dalam Keputusan Generasi Z Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Jakarta**”. Tak lupa shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya semoga kelak seluruh umatnya mendapat syafaatnya.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana Terapan Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Penulis menyadari dengan terwujudnya penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M sebagai Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. sebagai Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Nurul Hasanah, S.ST., M.Si. sebagai Ketua Program Studi D4 Keuangan Perbankan Syariah.
4. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. sebagai Dosen Pembimbing yang telah senantiasa memberikan saran, bimbingan serta arahan dengan sangat amat baik dan sabar sehingga penulisan skripsi ini dapat terwujud.
5. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh staf administrasi dan karyawan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan pelayanan kepada mahasiswa.
7. Ayah Iman Tauhid, S.E. dan Bunda Mira Onna, S.E. sebagai kedua orang tua penulis selalu senantiasa memberikan doa, cinta kasih, dukungan dan kebahagiaan kepada penulis.
8. Abang Sajatino Tauhid, S.Tr.Kom., Kakak Raihan Tauhid dan Kakak Teni Fabiola Putri, S.Pd. sebagai kakak penulis yang senantiasa memberikan semangat dan doa.

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 mengumumkkan 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

9. Teman-teman spesial penulis selama masa perkuliahan, Haykal, Cipta, Aisyah, Secillia, Ina, Alya dan teman-teman BS kelas B angkatan 2020 yang selalu menyempatkan waktu untuk saling membantu, bertukar pikiran dan mendoakan.
10. Teman-teman KSM Forsei PNJ yang pernah diikuti selama perkuliahan atas pengalaman organisasi yang diberikan.
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner pada penelitian ini.
12. Semua pihak yang senantiasa memberikan dukungan dan mendoakan penulis yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi yang dibuat ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar dapat meningkatkan kualitas skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca. Demikian kata pengantar skripsi ini dibuat, sekali lagi penulis ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 24 Juli 2024

Dhafa Azzahra



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dhafa Azzahra
NIM : 2004411042
Program Studi : Sarjana Terapan 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 : Peran Digital Marketing, Brand Image dan Religiusitas Dalam Keputusan Generasi Z Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Jakarta

Dengan hak bebas royalti non eksklusif 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 : 24 Juli 2024

Yang menyatakan

(Dhafa Azzahra)

- 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



Dhafa Azzahra

Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Peran *Digital Marketing*, *Brand Image* dan Religiusitas Dalam Keputusan Generasi Z Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Jakarta

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menilai peran *digital marketing*, *brand image* dan religiusitas dalam keputusan menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif menggunakan metode SEM-PLS dan perangkat lunak SmartPLS 3.0 yang bertujuan untuk melihat adanya hubungan antara peran *digital marketing*, *brand image* dan religiusitas dalam keputusan Generasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta dengan memanfaatkan kuesioner sebagai alat penelitian yang melibatkan 130 responden. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *digital marketing*, *brand image* dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan dalam keputusan Genarasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta. Penelitian ini dapat dijadikan meningkatkan kinerja yang dilakukan *digital marketing*, *brand image* yang dibangun.

Kata Kunci : Digital Marketing, Brand Image, Religiusitas, Keputusan Nasabah, Bank Syariah Indonesia (BSI).

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



Dhafa Azzahra

Bachelor of Applied Sharia Finance and Banking

The Role of Digital Marketing, Brand Image and Religiosity in Generation Z's Decision to Become a Customer of Bank Syariah Indonesia in Jakarta City

ABSTRACT

The purpose of this study was to assess the role of digital marketing, brand image and religiosity on the decision to become a BSI customer in the city of Jakarta. This study uses an associative quantitative method using the SEM-PLS method and SmartPLS 3.0 software which aims to see the relationship between the role of digital marketing, brand image and religiosity on Generation Z's decision to become a BSI customer in Jakarta City by utilizing a questionnaire as a research tool involving 130 respondents. The results of this study reveal that digital marketing, brand image and religiosity have a positive and significant effect on Generation Z's decision to become a BSI customer in Jakarta City. This research can be used to improve the performance of digital marketing, brand image that is built.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Keyword : *Digital Marketing, Brand Image, Religiosity, Customer Decision, Bank Syariah Indonesia (BSI).*

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 SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Digital Marketing	9
2.2 Brand Image	10
2.3 Religiusitas	11
2.4 Keputusan Menjadi Nasabah.....	13
2.5 Generasi Z	15
2.6 Penelitian Terdahulu.....	15
2.7 Kerangka Pemikiran	18
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Objek Penelitian	20
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	21
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian	21

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

3.6	Metode Pengumpulan Data	22
3.7	Operasional Variable	22
3.8	Metode Analisis Data Penelitian	24
3.8.1	Analisis Pengukuran Model (Outer)	25
3.8.2	Uji Struktural Model (Inner Model)	27
3.8.3	Pengujian Hipotesis	28
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian	29
4.1.1	Usia	29
4.1.2	Pekerjaan.....	29
4.1.3	Pendidikan	30
4.2	Hasil Penelitian.....	30
4.2.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	31
4.2.2	Evaluasi Inner Model (<i>Structural Model</i>)	35
4.2.3	Pengujian Hipotesis	36
4.3	Pembahasan	37
4.3.1	Peran <i>digital marketing</i> dalam keputusan Generasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta	37
4.3.2	Peran <i>brand image</i> dalam keputusan Generasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta	38
4.3.3	Peran religiusitas dalam keputusan Generasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta	39
BAB 5	PENUTUP	41
5.1	Simpulan.....	41
5.2	Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA		44
LAMPIRAN.....		52



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Market Share BSI	2
Gambar 1. 2 Promosi melalui Digital Marketing BSI.....	3
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4. 1 Outer Model (Loading Factor).....	31
Gambar 4. 2 Hasil Inner Model (Structural Model).....	36





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 TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan BUS,UUS DAN BPRS 5 Tahun Terakhir	1
Tabel 1. 2 Pertumbuhan Pada <i>Market Share</i> Perbankan Syariah.....	2
Tabel 1. 3 <i>Top Brand</i> Perbankan Syariah Tahun 2024	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Skala Likert	22
Tabel 3. 2 Operasional Variable.....	22
Tabel 3. 3 Interpretasi Penilaian Uji Reliabilitas	27
Tabel 3. 4 Pengukuran Inner Model.....	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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2. Jawaban Kuesioner	57
Lampiran 3. Uji Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	70
Lampiran 4. Hasil Uji Model Struktural (Inner Model).....	72





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 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan mempunyai peran penting dalam suatu negara yaitu sebagai penggerak suatu perekonomian. Di mana kegiatan didalamnya menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pemerataan pembangunan di suatu negara dan pertumbuhan ekonomi (Mahrani, 2023).

Sistem perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk memberikan keuntungan baik bagi bank maupun nasabah. Di bank syariah, terdapat sistem yang dikenal dengan istilah akad. Akad ini dijadikan dasar dari transaksi yang dilakukan oleh bank syariah dan nasabahnya. Dalam akad tersebut, kewajiban, hak, dan tanggung jawab kedua belah pihak diatur dengan jelas sesuai dengan asas syariah.

Dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir, perbankan syariah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, mencakup dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa industri perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang pesat, terbukti dengan peningkatan jumlah lembaga keuangan syariah secara signifikan. Berikut tabel dari pertumbuhan lembaga keuangan syariah 5 tahun terakhir pada tabel 1.1:

Tabel 1. 1 Pertumbuhan BUS,UUS DAN BPRS 5 Tahun Terakhir

Indikator	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
BUS					
Jumlah Institusi	14	14	14	12	13
Jumlah Kantor	1.875	1.919	1.922	2.035	2.007
UUS					
Jumlah Institusi	20	20	20	21	20
Jumlah Kantor	354	381	386	444	438
BPRS					
Jumlah Institusi	167	164	164	165	167
Jumlah Kantor	495	617	618	649	668

Sumber: LPKSI (Data diolah, 2024)



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

Perkembangan dari kantor perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah lainnya juga semakin berkembang di lihat dari tabel 1.1. Selanjutnya, analisis *market share* perbankan syariah di Indonesia dapat diperoleh melalui data yang tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 1. 2 Pertumbuhan Pada *Market Share* Perbankan Syariah

Indikator	Satuan	2018	2019	2020	2021	2022
Market Share	%	5,96	5,95	5,99	6,74	7,09

Sumber: LPKSI (Data diolah).

Perkembangan jumlah kantor di atas, meskipun jumlah kantor bank syariah terus bertambah, pertumbuhan *market share* mereka belum mencapai peningkatan yang signifikan. Saat ini, pangsa pasar perbankan syariah masih di bawah 10%. Faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan ini telah menjadi perhatian serius bagi praktisi dan akademisi di industri perbankan syariah. (Hastharita, 2020).



Gambar 1. 1 Perkembangan *Market Share* BSI

Sumber: ir.bankbsi.co.id

Pada gambar di atas posisi *market share* Bank Syariah Indonesia (BSI) secara perbankan Nasional pada tahun 2022 di angka 2,75% dan pada di industri perbankan syariah sebesar 38,19%. BSI memegang kendali sebesar 38% dari pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia, dengan aset sebesar Rp305,73 triliun. Sebagai Bank syariah terbesar, BSI memiliki peluang untuk meningkatkan pangsa pasar mereka di dalam industri perbankan nasional (BSI, 2022).

Perkembangan teknologi kini telah mengubah paradigma komunikasi pemasaran dari interaksi langsung menjadi melalui media digital. (Anndafah, 2022). Pada tahun 2024, jumlah individu yang menggunakan jasa internet di



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

Indonesia mencapai 221.563.479 orang dari total populasi sebesar 278.696.200 orang pada tahun sebelumnya (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Menurut dari laporan APJII tahun 2024, Generasi Z merupakan kelompok usia yang paling banyak kontribusi terhubung dengan internet, menyumbang sebanyak 34,4 persen dari total pengguna. Dua kelompok usia lain yang juga signifikan dalam kontribusi penggunaan internet adalah Generasi Milenial, yang mencapai di angka 30,62 persen, dan Generasi X, yang mencapai 18,98 persen menurut laporan tersebut.

Digital marketing memiliki peran strategis yang krusial dalam memikat minat konsumen terhadap produk atau layanan yang dipasarkan oleh perusahaan, khususnya dalam sektor perbankan (Sagita & Wijaya, 2022). BSI telah memiliki kemajuan pemasaran dengan mengintegrasikan inovasi pemasaran secara digital.



Gambar 1. 2 Promosi melalui *Digital Marketing* BSI

Sumber: ir.bankbsi.co.id

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Anndafah, 2022) *digital marketing* dalam hasil pengamatan selama tiga bulan menunjukkan bahwa upaya pemasaran digital Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan pendekatan *Search Engine Optimization* (SEO) telah sukses, terbukti dengan adanya peningkatan yang signifikan. Ini menandakan dari kampanye pemasaran digital BSI mendapat tanggapan positif dari nasabah yang menggunakan internet. Penelitian tersebut menunjukkan hasil yang bertentangan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya yaitu penelitian (Refilia et al., 2023) hal tersebut menunjukkan bahwa BSI belum sepenuhnya memanfaatkan potensi media sosial untuk memperluas basis pengguna produk mereka, sehingga menurunkan minat dan pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan dan perbankan syariah.

Dalam strategi pemasaran yang baik, peran citra merek juga salah satu membuat produk dan jasa lebih superior dan lebih dikenal dapat dilakukan dengan



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

membangun reputasi merek yang kuat atau positif. Reputasi yang kuat bagi merek dapat menjadi faktor kunci dalam membedakan diri. Ketika sebuah merek memiliki citra yang kuat dan konsumen merasa puas, reputasi tersebut secara alami akan menarik minat konsumen lainnya.

Tabel 1. 3 Top Brand Perbankan Syariah Tahun 2024

No	Brand	Presentasi
1.	Bank Syariah Indonesia	61,2%
2.	BCA Syariah	16,6%
3.	Bank Muamalat	5%

Sumber: Topbrand-award.com

Dapat di lihat pada tabel di atas, data menunjukkan pada *brand* BSI mempunyai presentase paling tinggi di dalam perbankan syariah di Indonesia. Langkah ini merupakan sebuah peluang untuk BSI kedepannya untuk selalu melakukan berinovasi guna menarik nasabah baru dan kreatif untuk mempertahankan nasabah lama. Didukung penelitian mengenai *brand image* pada BSI yang dilakukan oleh (Safitri et al., 2022) upaya BSI dalam membangun citra merek berdampak positif terhadap keputusan nasabah. Semakin baik citra merek (*brand image*) suatu perusahaan, sehingga meningkatnya minat masyarakat terhadap bank syariah menjadi semakin signifikan. Tidak sama dengan hasil studi (Widiawati, 2020) penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara citra merek dengan minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Jika citra merek Bank syariah tidak menjamin atau tidak memenuhi kepuasan nasabah, maka citra merek tersebut tidak akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank tersebut.

Selain *digital marketing* dan *brand image*, peneliti juga melakukan penelitian terhadap variable religiusitas. Religiusitas memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumen, terutama dalam masyarakat Muslim. Produk dan layanan yang di selenggarakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Islam memiliki daya tarik khusus bagi nasabah yang memegang teguh keimanan mereka. Menurut studi yang dilakukan oleh religiusitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah, menunjukkan bahwa faktor ini memengaruhi keputusan nasabah untuk memilih



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

bank syariah. Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan (Zuhirsyan & Nurlinda, 2021) tidak berpengaruh dan negatif pada religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Alasan penulis memilih lokasi di Kota Jakarta sebagai lokasi penelitian karena Kota Jakarta sebagai pusat bisnis dan keuangan terbesar di Indonesia, mencatatkan PDRB per kapita tertinggi di negara Indonesia dan dipengaruhi oleh berbagai transaksi, aktivitas ekonomi, dan jumlah penduduk yang besar di wilayah tersebut (Rura et al., 2023). BSI memiliki 10 (sepuluh) kantor wilayah yang tersebar di seluruh Indonesia. Di antara semua wilayah, kantor wilayah Jakarta memiliki jumlah aset terbesar (Rura et al., 2023). Dan alasan memilih Generasi Z sebagai subjek penelitian karena dalam penggunaan media sosial oleh Gen Z memberikan manfaat signifikan, yaitu memungkinkan mereka untuk dengan cepat mengakses informasi terkini dari seluruh dunia (Dewi et al., 2022). Generasi Z yang terus mencari pengalaman unik termasuk dalam interaksi digital dengan merek (Razak, 2022). Dan juga terdapat sebanyak 74,93 juta individu dari Generasi Z, atau sekitar 27,94 persen dari total pengguna jasa keuangan syariah di Indonesia. (Husen, 2023). Yang berarti Generasi Z dapat tumbuh lebih besar dari proporsinya saat ini. Dan informasi ini dapat di simak dari data yang dirilis oleh BPS (Badan Pusat Statistik) Provinsi DKI Jakarta total Generasi Z pada tahun 2020 sebesar 2.709.258 jiwa (BPS, 2022). Generasi Z merupakan potensi dan peluang yang besar bagi Bank BSI untuk terus berkembang di Kota Jakarta.

Berdasarkan *pre research* yang dilakukan penulis kepada nasabah Bank Syariah Indonesia Generasi Z di kota Jakarta, menunjukkan bahwa mereka memilih Bank BSI dikarenakan mempunyai keuntungan materi yang diberikan perbankan syariah seperti bebas biaya administrasi pada produk simpanan *wadiah*, bagi hasil yang diberikan produk simpanan *mudharabah*. Penawaran yang di selenggarakan oleh BSI melalui pemasaran digital seperti di *platform* media sosial, surel, website dan *platform* digital lainnya, dari hasil *pre research*, lebih banyak nasabah memutuskan untuk menabung karena penawaran langsung oleh pegawai BSI baik yang dilakukan di Bank ataupun di pameran seperti di *stand* BSI. Hal itu mempengaruhi keputusan mereka untuk menjadi nasabah BSI, karena penawaran dilakukan dan di sampaikan dengan baik sehingga menarik calon nasabah.

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

Meskipun demikian, Generasi Z merasa bahwa strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh BSI masih terbatas dan belum mencapai *audiens* secara menyeluruh, yang menyebabkan tingkat loyalitas nasabah terhadap BSI rendah. *Brand image* yang dibangun BSI tidak diketahui yang menyebabkan kurang mempengaruhi Generasi Z dalam memilih BSI. Dan Religiusitas yang masih rendah sehingga dalam hal pemilihan produk dan layanan perbankan, Generasi Z muslim belum memiliki komitmen yang kuat terhadap aturan dan syariat dari agamanya seperti, tidak mempertimbangkan keuntungan atau manfaat berupa terhindarnya mereka dari transaksi riba ataupun keharaman lainnya.

Berdasarkan gambaran latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalam mengenai **“Peran Digital Marketing, Brand Image dan Religiusitas dalam Keputusan Generasi Z Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Jakarta”**.

1.2 Rumusan Penelitian

Dengan mempunyai latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Masalah dalam penelitian ini adalah Rendahnya pangsa pasar perbankan syariah yaitu hanya mencapai sebesar 7.09%, yang berbanding terbalik dengan perbankan konvensional. Informasi yang mendukung penggunaan internet dan *platform* digital oleh masyarakat Indonesia sangat tinggi dan perbankan syariah terus melakukan kegiatan *digital marketing* di berbagai *platform* seperti *website* dan media sosial tetapi masih relatif rendah pada nilai *market share*. Generasi Z sebagai pengguna media social yang aktif, belum banyak terekspos oleh promosi melalui digital marketing yang dilakukan oleh BSI, sehingga masih belum cukup menarik mereka menjadi nasabah BSI.

Brand image atau citra merek positif BSI, belum dapat menarik minat Generasi Z untuk menjadi nasabah bank BSI. Religiusitas Generasi Z juga relatif rendah sehingga belum dapat menjadi pendorong mereka menjadi nasabah BSI. Ini merupakan situasi yang bertentangan dengan potensi besar Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi Muslim terbesar, yang seharusnya memberikan peluang yang besar dalam pengembangan perbankan syariah.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan perumusan masalah sebelumnya, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah:

1. Bagaimana peran *digital marketing* dalam keputusan Generasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta?
2. Bagaimana peran *brand image* dalam keputusan Generasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta?
3. Bagaimana peran religiusitas dalam keputusan Generasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan juga pertanyaan penelitian yang sudah dijabarkan, maka tujuan penelitian yang diangkat dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan Generasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan Generasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta
3. Untuk menganalisis religiusitas terhadap keputusan Generasi Z menjadi nasabah BSI di Kota Jakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan tujuan memberikan manfaat, yaitu sebagai berikut:

- a. Secara teoritis:

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran tentang ilmu promosi lebih tepatnya yaitu terkait *digital marketing* atau pemasaran digital, *brand image* atau citra merk dan berupaya memberikan pada pengembangan teori mengenai bagaimana religiusitas mempengaruhi keputusan menggunakan layanan perbankan syariah.

- b. Secara praktisi:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penting untuk pengembangan lebih lanjut dalam industri perbankan syariah, serta memberikan masukan yang berharga bagi BSI dan institusi perbankan syariah lainnya dalam

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 milik Politeknik Negeri Jakarta

merancang strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup pengantar yang meliputi penjelasan tentang latar belakang kemunculan masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur penulisan yang menggambarkan kerangka pembahasan antar bab yang terkait satu sama lain.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini menguraikan dasar teoritis yang terkait dengan penelitian, penelitian sebelumnya yang relevan, kerangka teoritis, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang diterapkan, objek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan, cara pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bagian ini menguraikan tentang hasil penelitian beserta analisisnya, dimulai dari profil responden, dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta mendiskusikan hasil temuan berdasarkan data empiris dan interpretasinya.

BAB V PENUTUP

Bagian ini mencakup rangkuman dari awal hingga akhir pembahasan, diikuti dengan rekomendasi yang relevan berdasarkan temuan penelitian ini.

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

BAB 5 PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini menerapkan metode analisis SEM-PLS dengan *software* SmartPLS 3.0. Dengan menggunakan metode dan alat statistik ini dapat membantu untuk mendapatkan sebuah informasi tentang indikator-indikator yang diperkirakan memiliki pengaruh keputusan nasabah generasi Z menjadi nasabah BSI Kota Jakarta secara bersamaan dan lebih akurat. Dari keempat hipotesis yang telah dibentuk, seluruh hipotesis tersebut dapat diterima karena memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki peran yang paling besar selanjutnya *brand image* dan diikuti dengan *digital marketing*.

Digital marketing berpengaruh karena adanya *digital marketing* dapat memudahkan para nasabah Generasi Z untuk bertransaksi, berkomunikasi dan dapat menunjang kebutuhan lainnya melalui informasi yang disampaikan melalui *digital marketing* tersebut yang di mana menghasilkan efisiensi untuk memenuhi kebutuhan dari nasabah.

Brand image memiliki pengaruh besar karena produk yang dimiliki oleh BSI mempunyai citra yang positif dan persepsi yang baik bagi nasabah Generasi Z yang telah memberikan nasabah keuntungan serta manfaat yang diperoleh dari produk BSI. Selain itu, *brand image* berpengaruh karena memberikan kenyamanan dan mempunyai pelayanan yang baik dalam melayani nasabah yang memudahkan urusan nasabah karena cepat dan tepat pada saat bertransaksi.

Religiusitas memiliki pengaruh yang paling besar karena bahwa sebagian besar Generasi Z di Kota Jakarta menyadari bahwa BSI menjalankan sesuai dengan syariat Islam, praktik dalam BSI juga memenuhi ketentuan syariat islam sehingga mereka mempunyai keyakinan penuh terhadap Bank syariah adalah yang dianjurkan dalam Islam dan yakin pada produk yang ada di BSI tidak mengandung riba.

Dari hasil penelitian ini juga disimpulkan bahwa *digital marketing*, *brand image* dan religiusitas secara bersama memiliki peran dalam keputusan Generasi Z

menjadi nasabah BSI dikarenakan ketiga hal tersebut pada dasarnya adalah dapat membantu sesuai dengan kebutuhan nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, ada saran atau rekomendasi yang perlu disampaikan oleh penulis sebagai masukan BSI ataupun penelitian selanjutnya agar lebih berkembang.

Penulis mengharapkan pada lembaga pendidikan perbankan syariah dapat mempunyai peran penting dalam memberikan edukasi dan kesadaran mengenai Pentingnya meningkatkan pemahaman masyarakat tentang bank syariah serta manfaat jika menjadi nasabah bank syariah. Karena menjadi nasabah Bank syariah tentu lebih menguntungkan jika dapat dipahami.

Dari hasil penelitian ini, *digital marketing*, *brand image* dan religiusitas berpengaruh berperan terhadap keputusan generasi Z menjadi nasabah BSI Kota Jakarta. Oleh karena itu, diinginkan BSI wilayah Kota Jakarta untuk terus memperkuat serta memperbaiki agar lebih terus bertahan dalam strategi pemasarannya di sektor perbankan.

Indikator *incentive program* dalam variabel *digital marketing* memiliki nilai terendah. Pihak BSI di wilayah Kota Jakarta diharapkan untuk konsisten memberikan penawaran khusus tentunya yang dapat menarik perhatian melalui pemasaran secara digital seperti aktif memberikan info tersebut melalui sosial media, dengan menampilkan konten yang menarik, rapi, terstruktur dan tentunya informatif. Dengan cara tersebut Generasi Z merasa tertarik, sangat terbantu dan dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan nasabah. Selanjutnya indikator citra perusahaan dalam variabel *brand image* memiliki nilai terendah. BSI dapat melakukan *branding* yang konsisten seperti kampanye pemasaran yang fokus pada nilai-nilai syariah dan bangun kolaborasi dengan lembaga syariah lainnya untuk memperkuat posisi sebagai bank syariah terpercaya dan berkualitas. Dan yang terakhir pada indikator *feeling* atau penghayatan dalam variabel religiusitas memiliki nilai terendah. BSI dapat memberikan edukasi tentang prinsip syariah seperti, mensosialisasikan prinsip syariah yang mendasari operasi Bank syariah dengan penjelasan yang jelas dan mudah dipahami yang dapat membantu untuk membangun pemahaman dan kepercayaan.

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



Penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan perusahaan untuk mempertahankan serta meningkatkan kinerja yang dilakukan digital marketing, citra merek yang dibawa dan religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BSI. Dan BSI juga diharapkan dapat terus berkembang dan juga mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi Gen Z menjadi nasabah BSI Kota 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





DAFTAR PUSTAKA

- (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), A. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Apjii.or.Id. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Achmad Tavip Junaedi, dkk. (2023). Opportunities and Challenges of Islamic Banks in the Digital Banking Era in. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 8(2), 116–125.
- Ahmad Nabhani. (2024). *Keuangan Syariah dan Generasi Z*. Neraca.Co.Id. <https://www.neraca.co.id/article/193079/keuangan-syariah-dan-generasi-z>
- Anndafah, M. U. (2022). Penggunaan Digital Marketing di PT Bank Syariah Indonesia dengan Pendekatan Search Engine Optimization(SEO). *Journal of Islamic Economis*, 1, 1–17.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Benedictta C. Tewu, A. (2021). Accountability of the Minahasa Regency Regional General Election Administration (KPUD) (Study on the 2018 Minahasa Regency Head Election). *Journal of Social Science*, 2(6), 711–718. <https://doi.org/10.46799/jss.v2i6.252>
- BPS. (2022). *Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2020 Menurut Generasi dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta*. Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. <https://jakarta.beta.bps.go.id/id/statistics-table/1/NTA0IzE=/jumlah-penduduk-hasil-sensus-penduduk-2020-menurut-generasi-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>

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

- BSI. (2022). Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia. *PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.*, 748. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/flipbook/reports/2021/213>
- Dewi, S., Ristianti, I. W., & Widiani, S. (2022). Generasi z dalam memanfaatkan media sosial. *Kaisa: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2(1), 1–9.
- Dimas Hardian Putra, & Ginanjar Rahmawan. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Di Sukoharjo. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(3), 387–394. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i3.3850>
- Fadli, R., Hidayati, S., Cholifah, M., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Validitas dan Reliabilitas pada Penelitian Motivasi Belajar Pendidikan Agama Islam Menggunakan Product Moment. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 1734–1739. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1419>
- Firjatullah, F., Rahmani, N. A. B., & Ilhamy, M. L. (2023). the Influence of Digital Marketing, Brand Image, and Service Facilities on Customers' Saving Interest Decisions (a Case Study of Bsi Branch Office Gajah Mada). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 6(3), 1774–1790. <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/ijse/issue/view/159>
- Ghozali, & Imam. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13, 68–69.
- Jogiyanto, H.M dan Willy, A. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Hashtarita, R. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Bank Syariah di Makassar. *J-Hes (Jurnal Hukum Ekonomi Syariah)*, 4(2), 66–80.
- Husen, M. (2023). *Gen Z Jadi Generasi Paling Banyak Pakai Jasa Keuangan Syariah*. Medcom.Id.



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

<https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/JKRvVz3K-wow-gen-z-jadi-generasi-paling-banyak-pakai-jasa-keuangan-syariah>

Kavengi, G. (2013). *The Impact of Bank Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty : A Case of Kenya Commercial Bank*. 5(21), 35–40.

Laksana, D. D. D. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>

Lazuardi, A. R., Ts, A. R., & Sudaryo, Y. (2020). Influence of Digital Marketing on Customer Satisfaction Of Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) and the Implications On Corporate Image. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 4036–4048.

Mahrani, W. (2023). Peranan Perbankan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Al Wadiah*, 1(2), 164–177. <https://doi.org/10.62214/jaw.v1i2.138>

Mukminin, M. A., & Latifah, F. N. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo). *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 4(1), 54. <https://doi.org/10.21070/perisai.v4i1.525>

Nasikhah, D., & Prihastuti, D. (2013). Hubungan antara Tingkat Religiusitas dengan Perilaku Kenakalan Remaja pada Masa Remaja Awal. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 2(2), 69–72.

Nur Sasongko, E., & Rusgiyono, A. (2016). PENERAPAN METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING UNTUK ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKADEMIK TERHADAP KUALITAS WEBSITE (Studi Kasus pada Website sia.undip.ac.id). *Jurnal Gaussian*, 5(3), 395–404. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/gaussian>



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

Nuryani, Y., & Winata, A. Y. S. (2023). Mengukur Minat Berkunjung Kembali Atas Dasar Media Sosial Dan Citra Destinasi Wisata Pantai Lon Malang Di Sampang Madura. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen ...*, 3(4). <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/view/16916%0Ahttps://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/download/16916/9098>

Parastika, Titin Hartinii, U. A. (2021). Analisis pengaruh pendapatan dan pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Investasi Islam*, 10(2), 177–187. <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>

Pirous, H., & Astuti, D. (2022). *Pengaruh Citra Merek , Periklanan dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Nasabah Tabungan Mabror di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek The influence of brand image , advertising and perception on saving interest of mabrur savings*. 2(2), 320–330.

Pratiwi, R., Dharmawan, D., Anwar, M., Abdul, E. M., & Judijanto, L. (2023). The role of motivation, promotion and religiosity on customer decisions to use savings with trust as an intervening variable. *International Journal of Economics Development Research*, 4(3), 1685–1702.

Pulungan, & Rivai. (2019). Pengaruh Diklat Terhadap Motivasi dan Kompetensi Dosen STIE AMM Mataram. *Jurnal Indonesia Career Center Network Summit IV*.

Rahman, A., Anggono, R., Sudaryo, Y., & Ayu Sofiati, N. (2022). ANALISIS PENERAPAN DIGITAL MARKETING TERHADAP JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Akuntansi (MEA)*, 6(2), 1881–1899.

Rakhmad, A. A. N., Kurniawati, S., & Pardiansyah, E. (2021). Pengetahuan Masyarakat Terhadap Keputusan Untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Sy`ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 5(2), 160. <https://doi.org/10.35448/jiec.v5i2.12041>

Razak, I. (2022). The Role of Digital Marketing for Generation Z. *Jurnal Ekonomi*,



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

Akuntansi Dan Manajemen Indonesia (JEAMI), 1(01), 18–25.

- Refilia, D. N., Suharto, S., & Pahlawi, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 11–18. <https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.937>
- Romadhon, E., & Supaijo, S. (2023). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi)*, 11(1), 29. <https://doi.org/10.25157/je.v11i1.9700>
- Rosalyn Gracya. (2023). Analisis Penggunaan Aktual Sistem Informasi Manajemen Barang Milik Daerah Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model Di Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Yapen. *Journal of Social and Economics Research*, 5(1), 078–090. <https://doi.org/10.54783/jser.v5i1.72>
- RURA, G., FINDI, M., & SUPRAYITNO, G. (2023). Value Creation Strategy in Micro Products of Bank Syariah Indonesia (Case Study of Bank Syariah Indonesia) Jakarta Region period 2021-2022. *Manajemen IKM*, 18(1), 11–17. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/%0Ahttps://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/article/view/50365>
- Safitri, E. N., Mubarak, Z., Syariah, J. P., Ekonomi, F., Islam, B., & Banjarmasin, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2875–2881. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6076>
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, 1(3), 24–31. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/download/37/42/120>
- Sarstedt Joseph Franklin Hair, G Tomas M Hult, Christian M Ringle, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.
- Sayyida, S., & Alwiyah, A. (2018). Perkembangan Structural Equation Modeling



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

(Sem) Dan Aplikasinya Dalam Bidang Ekonomi. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 8(1), 10–26. <https://doi.org/10.24929/feb.v8i1.465>

Shalihah, K., & Madjakusumah, D. G. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank X Sukabumi. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 91–96. <https://doi.org/10.29313/jrps.v1i2.1565>

Siahaan, F. S., Nawangwulan, I. M., Putra, H. S., Anantadjaya, S. P., & Irdiana, S. (2023). Analysis of The Influence of Brand Image, Digital Marketing and Product Knowledge on Customers Purchase Intention of Banking Products. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 3(2), 199–204. <https://doi.org/10.57152/malcom.v3i2.917>

Soniya.K, & R, S. R. (2018). Digital Marketing in Banking : *International Journal of Scientific Development and Research (IJS DR)*, 3(7), 169–175.

Souisa, W. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Masa Depan Di Bni Cabang Balikpapan Kalimantan Timur. *Jurnal Economic*, 8(1), 134–149.

Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>

Widiawati, H. S. (2020). Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariahdi Kota Kediri. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 5(1), 64. <https://doi.org/10.29100/jupeko.v5i1.1523>

Widodo, A., & Azdy P., A. S. (2017). 18 JURNAL SEKRETARIS & ADMINISTRASI BISNIS Jurnal homepage: <http://jurnal.asmtb.ac.id/index.php/jsab>. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, 1(1), 18–26.

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

Widyasari, Q., & Sukaris, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Haji Rtjh (Studi Pada Bank Muamalat Kcp Lamongan). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 2(2), 174. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i2.15447>

Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Jurnal Perbankan Syariah Optimization Of Human Resources Management In Islamic Banking Fitra Azkiya Firdiansyah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 2721–6241.





© 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 satu 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 mengemukakan 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 Dhafa Azzahra, mahasiswa semester akhir Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Akuntansi, Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah. Saya akan melakukan penelitian sebagai keperluan skripsi saya dengan judul **“Peran *Digital Marketing*, *Brand Image* dan *Religiusitas* Dalam Keputusan Generasi Z Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Jakarta”**.

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.

Penelitian ini membutuhkan responden yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Berusia 17-27 Tahun
3. Berdomisili di Kota Jakarta

Keterangan:

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

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.



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

Karakteristik Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki – Laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - 17-20 tahun
 - 21-24 tahun
 - 25-27 tahun
4. Pekerjaan :
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Karyawan/Pekerja
 - Ibu Rumah Tangga
 - Wiraswasta
 - Lainnya
5. Pendidikan Terakhir :
 - SMA/SMK Sederajat
 - Diploma (D1/D2/D3/D4)
 - Sarjana (S1/S2/S3)
 - Lainnya





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

Pertanyaan Penelitian

No	Pernyataan	Tanggapan Responden			
		SS	S	TS	STS
Digital Marketing (X1)					
<i>Transaction</i>					
1	Digital marketing memudahkan saya dalam bertransaksi				
<i>Interactive</i>					
2	Digital marketing memudahkan berkomunikasi dengan BSI				
<i>Incentive program</i>					
3	Produk dalam digital marketing BSI sesuai kebutuhan saya				
<i>Site Design</i>					
4	Desain digital marketing BSI terusun rapi				
5	Tampilan website BSI menarik				
6	Tampilan media sosial BSI menarik				
Brand Image (X2)					
<i>Citra Perusahaan</i>					
7	BSI memiliki nama Baik				
<i>Citra Produk</i>					
8	Produk BSI mempunyai keunggulan				
9	BSI memiliki berbagai tabungan yang unik				
<i>Citra pemakai</i>					
10	BSI mengedepankan kenyamanan				
11	Menjadi nasabah BSI membuat urusan saya lebih mudah				
12	BSI memberikan pelayanan yang sangat baik				
Religiusitas (X3)					
<i>Keyakinan</i>					
13	Bank syariah dianjurkan dalam islam				
14	Saya yakin produk BSI tidak mengandung riba				
Peribadatan dan Praktek keagamaan					



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

15	Praktik dalam BSI memenuhi ketentuan syariat islam				
Feeling atau penghayatan					
16	Saya merasa aman menjadi nasabah BSI				
17	Saya merasa tenang menjadi nasabah BSI				
Pengetahuan agama					
18	Produk dalam BSI sesuai dengan prinsip syariah				
Efek atau pengalaman					
19	Saya sering bertransaksi di BSI				
Keputusan Nasabah (Y)					
Memahami Kebutuhan					
20	Saya menjadi nasabah BSI karena produk dalam digital marketing BSI sesuai dengan kebutuhan saya				
Mencari Informasi					
21	Saya menjadi nasabah BSI karena informasi yang diberikan melalui website.				
22	Saya menjadi nasabah BSI karena informasi yang diberikan melalui media sosial				
23	Saya menjadi nasabah BSI karena melihat digital marketingnya				
24	Saya menjadi nasabah BSI karena mudah berkomunikasi melalui digital marketing				
25	Saya menjadi nasabah BSI karena mudah bertransaksi melalui digital marketing				
Membandingkan					
26	Saya menjadi nasabah BSI karena mempunyai citra yang baik dibandingkan Bank syariah lainnya				
27	Saya menjadi nasabah BSI karena produk BSI unggul dibandingkan dengan Bank syariah lainnya				
28	Saya menjadi nasabah BSI karena produk BSI unik dibandingkan dengan Bank syariah lainnya				
Kepuasan					
29	Saya menjadi nasabah BSI karena memberikan rasa aman,				
30	Saya menjadi nasabah BSI karena memberikan rasa tenang				
31	Saya menjadi nasabah BSI karena memberikan rasa nyaman				



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

32	Saya memilih BSI karena dianjurkan dalam islam				
33	Saya memilih BSI karena produk BSI bebas riba dan Praktik dalam BSI memenuhi ketentuan syariat islam				
34	Saya memilih BSI karena Praktik dalam BSI memenuhi ketentuan syariat islam				
Merekomendasikan					
35	Saya akan merekomendasikan produk BSI karena sering bertransaksi				
36	Saya akan merekomendasikan produk BSI karena sesuai prinsip syariah				
37	Saya akan merekomendasikan BSI karena memberikan pelayanan yang sangat baik				
38	Saya akan merekomendasikan BSI karena membuat urusan saya lebih mudah				

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Lampiran 2. Jawaban Kuesioner

No Responden	Digital Marketing (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	4	4
5	3	3	3	3	4	4
6	4	4	4	4	4	3
7	4	3	4	3	3	3
8	4	4	4	4	4	4
9	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	2	3
11	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4	4
13	4	3	3	3	3	3
14	4	4	4	4	4	4
15	4	4	3	3	3	3
16	4	4	4	3	2	3
17	3	4	4	4	4	4
18	4	3	3	3	3	3
19	4	4	3	3	4	4
20	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	2	2
22	3	3	3	3	3	3
23	4	2	2	2	2	2
24	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	3
26	4	3	3	3	3	3
27	4	4	3	2	3	3
28	4	3	3	4	4	4
29	3	3	4	3	3	2
30	4	4	4	4	4	4
31	4	2	3	2	3	3
32	4	4	2	3	3	3
33	4	3	2	3	3	3
34	3	3	4	4	3	3
35	3	3	2	3	3	3
36	4	4	3	4	4	4
37	4	4	3	4	4	3
38	4	4	4	4	4	4
39	3	3	3	3	3	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 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

40	4	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3
42	4	4	4	4	4	3
43	4	3	3	4	3	4
44	4	3	3	4	4	4
45	4	3	3	3	3	3
46	4	4	4	4	4	4
47	3	4	4	3	3	4
48	4	4	3	3	3	4
49	4	4	4	4	4	3
50	4	4	4	4	4	4
51	3	3	2	2	2	2
52	4	3	3	3	3	3
53	4	4	4	4	4	4
54	3	3	3	3	3	3
55	4	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	4
57	4	3	3	3	3	3
58	4	3	4	3	4	4
59	3	3	3	4	4	3
60	3	3	3	4	3	3
61	3	3	3	3	2	2
62	3	3	2	3	2	2
63	4	4	3	4	4	4
64	2	4	3	4	3	4
65	4	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	2	2
67	4	3	4	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3
69	3	3	3	3	3	3
70	4	3	4	3	4	4
71	3	3	3	3	3	3
72	4	3	3	3	3	3
73	4	4	3	3	4	4
74	1	3	4	3	4	4
75	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	3
77	4	4	3	4	4	4
78	2	2	2	2	2	2
79	4	3	3	3	3	3
80	4	4	3	3	4	3
81	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4



© 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	3	2	3	4	3	3
84	2	3	2	3	2	3
85	3	3	3	4	4	4
86	3	3	3	3	4	3
87	4	4	3	3	3	3
88	4	4	3	3	3	3
89	4	4	4	3	3	3
90	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4
92	4	3	3	3	4	3
93	4	4	4	4	4	4
94	3	3	3	3	3	2
95	3	4	2	3	2	3
96	4	4	3	3	3	3
97	4	4	4	4	4	4
98	3	3	3	3	3	3
99	3	3	3	4	4	4
100	3	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4
104	4	4	3	4	3	2
105	3	4	3	3	4	4
106	4	3	4	4	3	3
107	4	4	3	3	4	4
108	4	4	4	4	3	3
109	4	4	4	4	3	3
110	4	4	4	3	2	3
111	4	4	3	3	3	3
112	3	3	3	3	3	3
113	3	3	3	3	3	3
114	4	3	3	3	3	3
115	4	3	3	4	4	3
116	4	4	3	3	4	4
117	4	4	4	3	3	3
118	4	4	3	3	4	3
119	4	3	3	4	4	3
120	4	3	3	3	4	4
121	4	3	4	4	4	3
122	2	3	2	2	3	3
123	3	3	3	3	3	4
124	4	3	4	2	3	4
125	4	3	3	3	3	4

126	4	3	2	4	3	2
127	3	3	2	2	4	4
128	3	3	3	3	3	3
129	3	3	4	4	2	2
130	2	3	2	2	2	2

No Responden	Brand Image (X2)					
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4	4
5	4	4	4	4	4	4
6	3	4	4	3	3	3
7	4	3	3	3	3	3
8	3	4	4	4	4	4
9	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3
12	3	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	3	4
14	4	4	4	4	4	4
15	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	3	3	4
17	4	4	3	3	4	4
18	3	4	4	3	3	3
19	3	4	3	3	3	4
20	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	2	3	2
23	2	2	2	2	2	2
24	4	4	4	4	4	4
25	3	3	4	4	4	4
26	4	3	3	4	4	4
27	3	3	3	4	4	3
28	4	3	3	3	4	3
29	2	3	3	3	2	3
30	4	3	4	4	4	4
31	3	4	3	3	4	3
32	4	3	3	3	3	3
33	3	3	4	4	4	4
34	3	4	4	4	3	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 mengemukakan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

35	2	2	3	1	2	2
36	3	3	3	3	4	4
37	4	3	3	3	3	4
38	4	4	4	4	4	4
39	2	2	2	4	3	4
40	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3
42	4	4	3	2	4	3
43	3	4	4	4	4	4
44	4	3	3	3	3	3
45	4	4	3	3	3	4
46	4	4	4	4	4	4
47	4	4	3	4	3	4
48	3	3	4	4	4	4
49	4	4	4	3	4	4
50	3	4	4	4	3	4
51	3	2	2	2	2	2
52	3	3	3	4	3	3
53	4	4	4	4	4	4
54	3	3	3	3	3	3
55	3	3	3	4	4	3
56	3	3	3	3	3	3
57	3	3	3	4	3	3
58	4	3	3	4	4	3
59	3	3	3	4	3	4
60	3	3	3	3	2	4
61	3	3	3	2	3	4
62	3	3	3	3	3	3
63	4	4	4	4	3	4
64	4	4	3	3	3	3
65	3	3	3	3	3	3
66	1	3	3	2	2	3
67	3	3	3	4	4	4
68	3	3	3	3	3	3
69	3	3	3	3	3	3
70	4	4	4	4	3	4
71	3	3	3	3	3	3
72	3	3	3	3	3	3
73	2	3	3	3	4	4
74	4	4	4	4	2	2
75	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	4	3	3
77	3	4	4	3	3	3



© 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

78	3	3	3	2	3	3
79	4	4	4	4	3	4
80	2	3	3	3	3	3
81	3	4	4	4	3	4
82	4	4	4	4	4	4
83	2	3	3	2	2	2
84	2	3	2	3	2	3
85	3	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	3	3
87	3	3	3	3	3	3
88	4	4	4	3	3	3
89	3	4	3	3	2	3
90	4	4	4	4	4	4
91	3	3	4	3	3	4
92	3	3	3	3	3	3
93	2	3	2	3	3	3
94	3	3	3	3	4	3
95	4	3	3	3	3	3
96	2	3	4	3	3	3
97	4	4	4	4	4	4
98	3	3	3	3	3	3
99	4	3	3	3	3	3
100	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4
102	2	4	4	2	2	2
103	2	2	2	2	3	2
104	3	4	4	3	4	3
105	4	3	3	4	4	4
106	3	3	4	4	3	3
107	4	4	3	4	3	4
108	4	4	4	3	4	4
109	3	3	3	3	3	3
110	4	3	3	4	4	4
111	3	3	3	4	2	4
112	3	3	3	3	3	3
113	4	3	3	3	3	3
114	3	3	3	3	3	3
115	3	4	4	4	3	3
116	4	4	4	4	4	3
117	3	3	4	3	3	3
118	4	3	4	4	3	4
119	4	3	3	4	4	4
120	3	4	4	3	3	3

121	3	4	3	4	3	3
122	3	3	3	3	3	4
123	3	3	3	3	3	4
124	4	3	2	4	3	2
125	3	3	3	3	3	3
126	3	4	4	2	4	3
127	3	4	4	4	3	2
128	3	3	3	3	3	3
129	3	3	3	4	4	3
130	3	3	2	3	2	2

No Responden	Religiusitas (X3)						
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	2	3	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
6	3	3	3	3	3	3	3
7	4	2	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	4	4
9	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4
15	4	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	3	3	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4
18	3	3	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	3
20	2	3	3	3	3	3	3
21	4	3	3	4	3	4	3
22	3	3	3	3	3	3	3
23	4	2	2	1	1	3	2
24	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	3
27	4	4	4	4	4	4	4
28	4	3	3	3	3	4	3
29	3	3	3	4	4	3	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 mengemukakan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

30	4	4	4	4	4	4	4
31	4	2	4	3	3	3	4
32	4	3	3	3	3	3	3
33	4	4	4	3	2	4	3
34	4	4	3	3	3	4	2
35	3	3	3	2	2	3	3
36	4	3	3	4	4	4	4
37	4	3	3	3	3	3	4
38	4	3	4	4	3	4	3
39	3	3	3	2	2	3	3
40	3	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3	3
42	4	4	4	4	4	4	3
43	4	4	4	4	4	4	3
44	4	3	3	4	4	4	4
45	4	3	4	4	4	4	3
46	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	3	3	4	4	3
48	3	3	2	3	3	3	3
49	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	3	4	4	4
51	4	3	3	2	2	3	3
52	4	4	4	4	4	4	3
53	3	3	3	3	3	3	3
54	3	3	3	2	3	3	3
55	4	4	4	4	4	4	4
56	4	3	3	3	3	3	3
57	3	3	3	3	3	3	3
58	4	3	3	4	3	3	3
59	4	4	4	4	3	4	4
60	3	2	3	3	4	3	3
61	3	2	3	2	3	3	4
62	3	2	3	2	2	3	3
63	3	3	4	4	4	4	4
64	4	4	3	3	3	3	3
65	4	3	3	3	3	3	3
66	3	2	3	1	1	3	3
67	3	3	3	3	3	3	3
68	3	2	2	2	2	2	2
69	3	3	3	3	3	3	3
70	4	4	4	2	2	3	3
71	3	3	3	3	3	3	3
72	3	2	3	3	3	3	3



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

73	4	3	4	3	3	4	4
74	4	3	3	4	4	4	4
75	3	3	3	3	3	3	3
76	4	4	4	4	4	3	3
77	4	3	4	4	4	4	4
78	4	3	4	3	3	3	4
79	4	4	3	4	4	3	2
80	4	3	4	4	4	4	2
81	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4
83	3	2	2	2	2	2	3
84	3	3	2	3	2	3	3
85	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	3
87	4	3	3	3	3	3	3
88	4	4	3	3	3	4	3
89	2	2	3	3	3	3	4
90	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	3	4	4
92	4	3	3	3	3	3	3
93	3	3	3	3	3	3	3
94	4	3	3	3	3	3	4
95	3	3	3	3	3	3	3
96	3	4	4	3	3	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4
98	3	3	3	3	3	3	3
99	3	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	2	4
103	3	2	3	2	3	3	3
104	3	4	4	3	4	3	4
105	4	3	3	3	4	4	4
106	3	3	3	3	3	4	4
107	4	3	3	3	3	3	3
108	4	4	4	3	4	4	3
109	3	3	3	3	3	3	3
110	4	4	4	4	4	4	3
111	3	4	4	4	4	4	4
112	3	3	3	3	3	3	3
113	3	3	3	3	3	3	3
114	3	3	3	4	4	3	4
115	4	4	4	4	3	4	4

116	4	3	4	3	3	4	2
117	3	3	3	3	3	3	3
118	4	4	3	4	3	4	4
119	2	3	3	4	3	3	3
120	4	3	3	3	4	4	4
121	4	3	3	3	4	3	3
122	2	2	2	2	2	2	2
123	4	3	3	3	3	3	3
124	2	3	4	2	3	4	3
125	4	3	3	3	3	3	3
126	4	2	2	3	3	2	3
127	3	2	2	3	3	4	3
128	3	3	3	3	3	3	3
129	3	2	3	3	4	4	4
130	3	2	2	2	2	2	2

Keputusan Nasabah (Y)

No	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	Y 11	Y 12	Y 13	Y 14	Y 15	Y 16	Y 17	Y 18	Y 19
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
6	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4
22	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	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 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

23	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
24	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
27	4	2	2	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
28	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
29	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	1	1	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
35	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
36	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
37	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3
38	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
39	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
43	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
44	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3
45	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3
51	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
55	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
58	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
59	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
60	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	4	2
61	3	1	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
64	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



© 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

66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	1
67	3	1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
68	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
74	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
77	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	2	2	2	2	2	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
79	3	2	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3
80	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	1
83	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
84	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
85	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
87	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
89	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
93	3	1	1	1	1	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
95	3	2	2	1	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
96	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
99	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	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	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	4	1	1	1	1	1
104	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
105	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3
106	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4
107	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
108	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4



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

109	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
110	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
111	4	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
112	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2
114	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
115	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
116	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	4	3
117	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3
118	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
119	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4
120	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
121	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4
122	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
123	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
124	4	3	2	2	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
125	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
126	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
127	3	3	4	3	2	4	2	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	2	3
128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
129	3	3	2	2	4	4	2	2	2	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4
130	2	2	2	2	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 3. Uji Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

1. Output Uji Validitas dan Reabilitas

Outer Loadings

	Digital Marketing	Brand Image	Religiusitas	Keputusan Nasabah
X1.1	0.564			
X1.2	0.716			
X1.3	0.750			
X1.4	0.737			
X1.5	0.828			
X1.6	0.767			
X2.1		0.698		
X2.2		0.753		
X2.3		0.764		
X2.4		0.734		
X2.5		0.715		
X2.6		0.728		
X3.1			0.610	
X3.2			0.799	
X3.3			0.848	
X3.4			0.847	
X3.5			0.824	
X3.6			0.819	
X3.7			0.683	
Y1.1				0.616
Y1.2				0.617
Y1.3				0.625
Y1.4				0.625
Y1.5				0.718
Y1.6				0.692
Y1.7				0.675
Y1.8				0.680
Y1.9				0.662
Y1.10				0.703
Y1.11				0.795
Y1.12				0.808
Y1.13				0.793
Y1.14				0.769
Y1.15				0.812
Y1.16				0.637
Y1.17				0.739
Y1.18				0.736

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



Y1.19				0.725
-------	--	--	--	-------

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Digital Marketing	0.824	0.840	0.872	0.535
Brand Image	0.827	0.829	0.874	0.536
Religiusitas	0.890	0.900	0.915	0.609
Keputusan Nasabah	0.945	0.949	0.950	0.504

Cross Loadings

	Digital Marketing	Brand Image	Religiusitas	Keputusan Nasabah
X1.1	0.564	0.363	0.352	0.320
X1.2	0.716	0.451	0.469	0.453
X1.3	0.750	0.456	0.476	0.532
X1.4	0.737	0.444	0.475	0.454
X1.5	0.828	0.522	0.527	0.557
X1.6	0.767	0.494	0.454	0.541
X2.1	0.349	0.698	0.450	0.483
X2.2	0.499	0.753	0.502	0.574
X2.3	0.503	0.764	0.556	0.588
X2.4	0.437	0.734	0.525	0.520
X2.5	0.485	0.715	0.509	0.550
X2.6	0.460	0.728	0.506	0.497
X3.1	0.343	0.430	0.610	0.439
X3.2	0.491	0.592	0.799	0.601
X3.3	0.505	0.551	0.848	0.664
X3.4	0.543	0.619	0.847	0.661
X3.5	0.579	0.595	0.824	0.656
X3.6	0.504	0.589	0.819	0.665
X3.7	0.446	0.393	0.683	0.580
Y1.1	0.524	0.414	0.610	0.616
Y1.2	0.410	0.451	0.385	0.617
Y1.3	0.490	0.440	0.489	0.625
Y1.4	0.381	0.402	0.385	0.625
Y1.5	0.432	0.465	0.552	0.718
Y1.6	0.356	0.443	0.451	0.692
Y1.7	0.426	0.495	0.550	0.675
Y1.8	0.418	0.503	0.549	0.680

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

Y1.9	0.443	0.494	0.508	0.662
Y1.10	0.596	0.591	0.556	0.703
Y1.11	0.493	0.633	0.607	0.795
Y1.12	0.615	0.637	0.624	0.808
Y1.13	0.504	0.563	0.677	0.793
Y1.14	0.509	0.610	0.671	0.769
Y1.15	0.552	0.628	0.707	0.812
Y1.16	0.335	0.376	0.481	0.637
Y1.17	0.366	0.485	0.553	0.739
Y1.18	0.516	0.592	0.586	0.736
Y1.19	0.445	0.543	0.528	0.725

Lampiran 4. Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Nasabah	0.706	0.699

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Brand Image -> Keputusan Nasabah	0.294	0.290	0.090	3.118	0.002
Digital Marketing -> Keputusan Nasabah	0.183	0.193	0.079	2.369	0.018
Religiusitas -> Keputusan Nasabah	0.468	0.469	0.080	5.693	0.000