

**PENGARUH MEREK (*BRAND*) SYARI'AH TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH DI BANK BRI SYARIAH  
CABANG PEKANBARU MENURUT  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**S K R I P S I**

Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy)



Oleh:

**NUR NAZIFAH**  
**NIM : 11025201380**

**PROGRAM STRATA 1 (S1)  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2015**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
كلية الشريعة والقانون  
FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Alamat : Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam,  
Pekanbaru-Riau No. Telp. 0761-561645 Fax. 0761-562052, Web. www.  
uin suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini berjudul : **"Pengaruh Merek (Brand) Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam"** yang ditulis oleh :

Nama : **Nur nazifah**  
NIM : **11025201380**  
Jurusan : **Ekonomi Islam**

Telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Sarjana Program Strata Satu (S1) Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang dilaksanakan pada :

Hari : **Rabu**  
Tanggal : **7 Januari 2015 M**  
Bertepatan : **16 Rabiul Awal 1436 H**

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE.Sy).

Pekanbaru, 16 Januari 2015

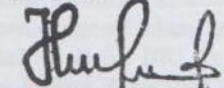


DEKAN

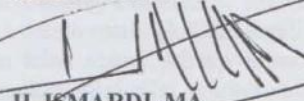
**DR. H. AKBARIZAN, M.Ag, M.Pd**  
NIP. 19711001 199503 1 002

**PANITIA UJIAN SARJANA**


KETUA

  
**DR. HERTINA, M. Pd**  
NIP. 19680629 199402 2 002


SEKRETARIS

  
**H. ISMARDI, MA**  
NIP. 19720308 200312 1 002

PENGUJI I

  
**SYAHPAWI, S. Ag, M. Sh**  
NIP. 19730307 200701 1 032

PENGUJI II

  
**ZULFAHMI NUR, M. Ag**  
NIP. 19720922 200501 1 004

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Merek (*Brand*) Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sebuah asumsi bahwa dengan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam akan mampu memberikan potensi yang besar kepada bank-bank yang bermerek syariah. Hal ini dibuktikan oleh posisi PT. Bank BRI Syariah yang menempati urutan ke-3 bank syariah terbesar di Indonesia berdasarkan asset PT. Bank BRI Syariah yang tumbuh dengan pesat baik dari sisi asset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara merek syariah terhadap loyalitas nasabah dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap penggunaan merek syariah dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru Jl. Arifin Ahmad No. 7-9 Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru periode 2013. Sedangkan sampel ditentukan dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* sebanyak 100 orang. Dalam melakukan penelitian ini dipakai metode kuantitatif, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan mengajukan kuesioner kepada nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang antara variabel merek syariah terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari nilai korelasi sebesar 0,560. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas dikatakan datanya valid dan instrumennya reliabel. Dari hasil analisis regresi sederhana diketahui bahwa 31,3% loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru dipengaruhi oleh merek syariah. Selanjutnya menggunakan uji t, maka hipotesis yang didapat ialah terdapat pengaruh yang signifikan antara merek syariah terhadap loyalitas nasabah.

Kesimpulannya bahwa merek syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Menurut tinjauan ekonomi Islam, penggunaan merek syariah dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru telah sesuai prinsip ekonomi Islam, karena Bank BRI Syariah telah mengaplikasikan nilai-nilai syariah dalam setiap aktivitas yang dilakukan.

## KATA PENGANTAR



Mengucapkan alhamdulillah sebagai syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul **“Pengaruh Merek (*Brand*) Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**, dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini adalah salah satu persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE. Sy) pada jurusan Ekonomi Islam S1 Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah menerima masukan, saran dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibunda Hj. Nurbainis, Ayahanda Drs. H. Syahran Kadir beserta saudara-saudaraku yang telah banyak memberikan dukungan secara moril, semangat serta do'a yang tulus demi penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Munzir Hitami, MA selaku rektor UIN SUSKA Riau.
3. Bapak Dr. H. Akbarizan M.Ag, M.Pd selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN SUSKA Riau.
4. Bapak Dr. H. Mawardi M Saleh, Lc. MA selaku Pembantu Dekan I, Ibu Dr. Hj. Hertina, M. Pd selaku Pembantu Dekan II dan Bapak Ahmad Darbi B, M. Ag selaku Pembantu Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.

5. Bapak Mawardi, S. Ag, M.Si dan Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M. Ag selaku ketua jurusan dan sekretaris Ekonomi Islam, serta bapak/ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak H. Akmal Abdul Munir, LC.MA selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak Heri Sunandar, DR, M.CL sebagai Dosen Pembimbing Akademis yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini, serta bimbingan dan arahan yang telah memotivasi selama penulis kuliah.
8. Bapak/Ibu pengelola perpustakaan Fakultas Syariah dan Hukum serta pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terima kasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.
9. Seluruh Staf Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum.
10. Bapak Ridwan Muchlis selaku pimpinan Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini dan mempermudah dalam mendapatkan data yang dibutuhkan penulis.
11. Teman-teman seperjuanganku di Lokal EI2 angkatan 2010 yang telah memberikan semangat.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dan dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.

Harapan dari penulis adalah semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Kritik dan saran yang bersifat konstruktif atas segala kekurangan dalam skripsi ini sangat penulis harapkan.

Pekanbaru, 16 Januari 2015  
Penulis

**NUR NAZIFAH**  
**NIM : 11025201380**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	5
E. Model Penelitian .....	6
F. Rumusan Hipotesis.....	7
G. Metode Penelitian.....	8
H. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PT. BANK BRI SYARIAH</b>	
A. Sejarah PT. Bank BRI Syariah .....	15
B. Visi dan misi PT. Bank BRI Syariah.....	17
C. Produk-produk PT. Bank BRI Syariah.....	17
D. Budaya kerja Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru .....	20
E. Struktur organisasi Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru .	22
<b>BAB III TEORI MEREK DAN LOYALITAS</b>	
A. Merek .....	24
1. Pengertian merek.....	24
2. Tujuan merek.....	26
3. Makna merek.....	26
4. Elemen merek.....	27
5. Manfaat merek.....	29

6. Merek dalam pandangan Islam .....	30
B. Loyalitas .....	34
1. Pengertian loyalitas .....	34
2. Karakteristik loyalitas .....	35
3. Tahap-tahap loyalitas .....	36
4. Manfaat loyalitas .....	38
5. Hubungan loyalitas dan merek.....	39
6. Loyalitas dalam pandangan Islam.....	41

**BAB IV PENGARUH MEREK (*BRAND*) SYARIAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK BRI SYARIAH CABANG PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

A. Deskriptif karakteristik responden .....	48
B. Statistik deskriptif responden.....	50
C. Pengujian instrumen penelitian .....	53
D. Uji asumsi klasik .....	56
E. Model regresi.....	58
F. Penggunaan merek ( <i>Brand</i> ) syariah dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru menurut tinjauan ekonomi Islam.....	62

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	70

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**BIOGRAFI PENULIS**



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel .....	7
Tabel IV.1 Data Responden Menurut Jenis Kelamin .....	48
Tabel IV.2 Data Responden Menurut Agama.....	49
Tabel IV.3 Data Responden Menurut Pekerjaan .....	49
Tabel IV.4 Statistik Deskriptif Responden .....	50
Tabel IV.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Merek .....	51
Tabel IV.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas .....	52
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas .....	54
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel IV.9 Hasil uji Normalitas K-S-Z .....	56
Tabel IV.10 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	58
Tabel IV.11 Hasil Uji t .....	60
Tabel IV.12 Interval Nilai Koefisien Korelasi dan Kekuatan Hubungan .	61
Tabel IV.13 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar I.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	6
Gambar II.1 Struktur Organisasi Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru..	23
Gambar IV.1 Kurva <i>Histogram</i> .....	57