

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CORPORATE IMAGE* DAN *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia ex Bank Syariah Mandiri  
Purwokerto)**



**\*\*\*\*\*SKRIPSI**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi Strata I (S1)  
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

**SONI MARFIAN**

**1702010162**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CORPORATE IMAGE***  
***DAN RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS**  
**PELANGGAN**

(Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia ex Bank Syariah Mandiri  
Purwokerto)



**PROPOSAL SKRIPSI**

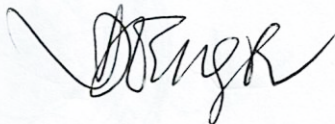
Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi Strata I (S1)  
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis .

**SONI MARFIAN**

**1702010162**

Diterima dan Disetujui Oleh:

Pembimbing



Muchammad Agung Miftahuddin,SE.,M.Si

NIK.2160159

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Soni Marfian  
NIM : 1702010162  
Program studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : Analisis Pengaruh *Brand image*, *Corporate Image* dan *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia ex Bank Syariah Mandiri Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Muchammad Agung Miftahuddin, SE., M.Si

Anggota 1 : Arini Hidayah, S.E., M.Si

Anggota 2 : Fatmah Bagis, S.E, M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 10 Agustus 2021

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 216087

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Soni Marfian  
NIM : 1702010162  
Program studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan sebenar-benarnya serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 10 Agustus 2021

Penulis



Soni Marfian

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Soni Marfian  
NIM : 1702010162  
Program studi : Manajemen S1  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul ;

### “ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CORPORATE IMAGE* DAN *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/ mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto  
Pada tanggal : 10 Agustus 2021

Yang menyatakan,



306A1AJX371877441

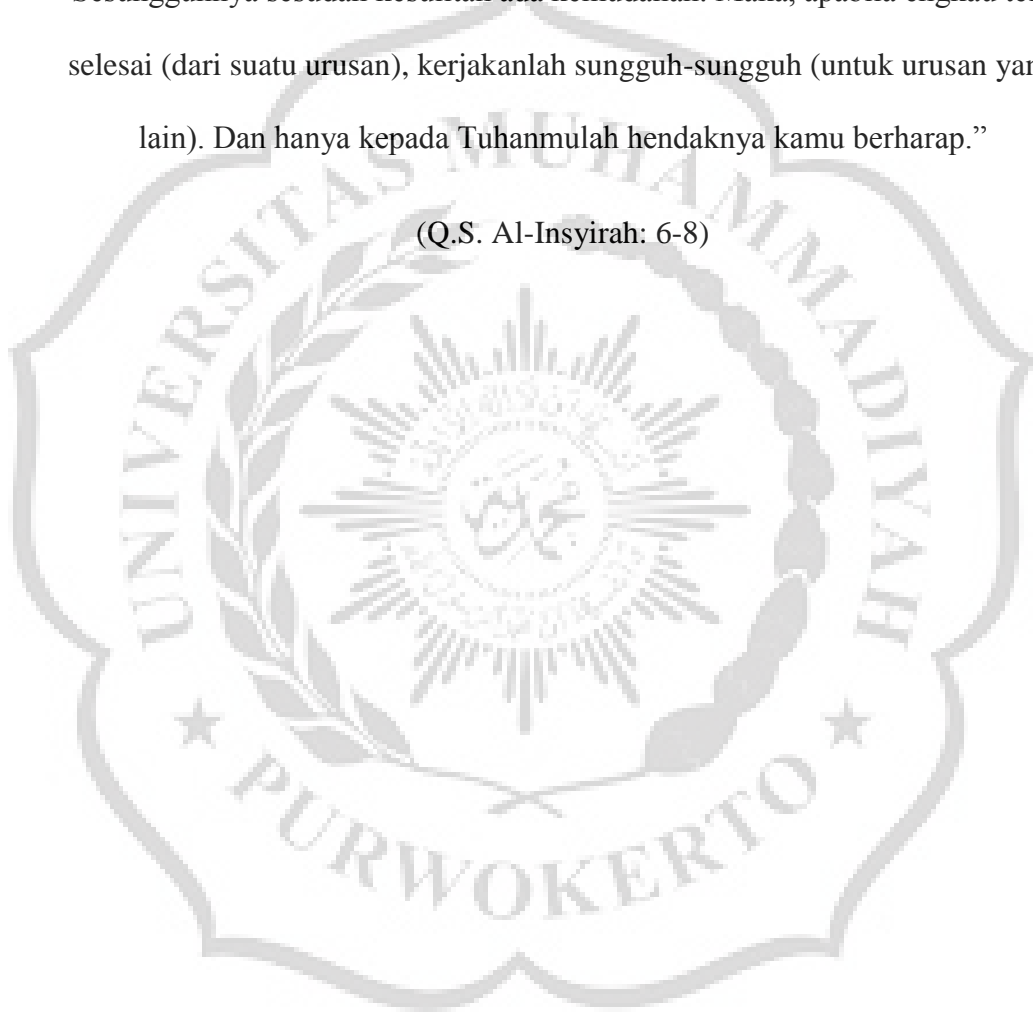
Soni Marfian

## MOTTO

*“Sluman Slumun Slamet”*

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan. Maka, apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah sungguh-sungguh (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S. Al-Insyirah: 6-8)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan penuh hormat dan kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada semua orang atau pihak yang telah mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini:

- Yang pertama, untuk kedua orang tua saya yaitu Bapak Tismo dan Ibu Sumarti tercinta yang telah memberikan dukungan, motivasi, semangat dan pastinya do'a sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Love you Pa, Ma hehehe
- Kedua, untuk saudara saya yang telah mendukung, mendoakan dan memotivasi saya agar bisa secepatnya menyelesaikan skripsi tepat waktu.
- Ketiga, untuk orang terkasih dan tercinta saya, sahabat-sahabat saya, dan teman-teman saya yang tak henti-hentinya memberikan masukan, do'a dan motivasi yang dahsyat sehingga saya bisa semangat dan secepat mungkin menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih juga untuk bapak kos saya yang telah memberikan tempat tinggal yang nyaman untuk saya selama kuliah.

Semoga bapak sehat selalu hehe

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang diberikan. Aaamiiinn  
Yarobbal'alamiin. . . . .

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur kita panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada baginda Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wasallam, yang telah mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman terang benderang. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, akan sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, Saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Muchammad Agung Miftahuddin, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan serta semangat sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan apa yang diharapkan.

4. Arini Hidayah, S.E., M.Si selaku dosen penguji I dan Fatmah Bagis, S.E, M.Si selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Totok Haryanto,SE.,MM selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan membimbing saya selama di bangku perkuliahan sehingga saya bisa menyelesaikan studi tepat waktu.
6. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan .
7. Untuk kedua orang tua saya yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, doa dan kasih sayang sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih untuk Bapak dan Ibu atas supportnya sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai di waktu yang tepat.
8. Untuk saudara sepupu saya yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi sehingga penulis selalu bersemangat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Untuk orang terkasih, sahabat dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang membantu saya menyelesaikan

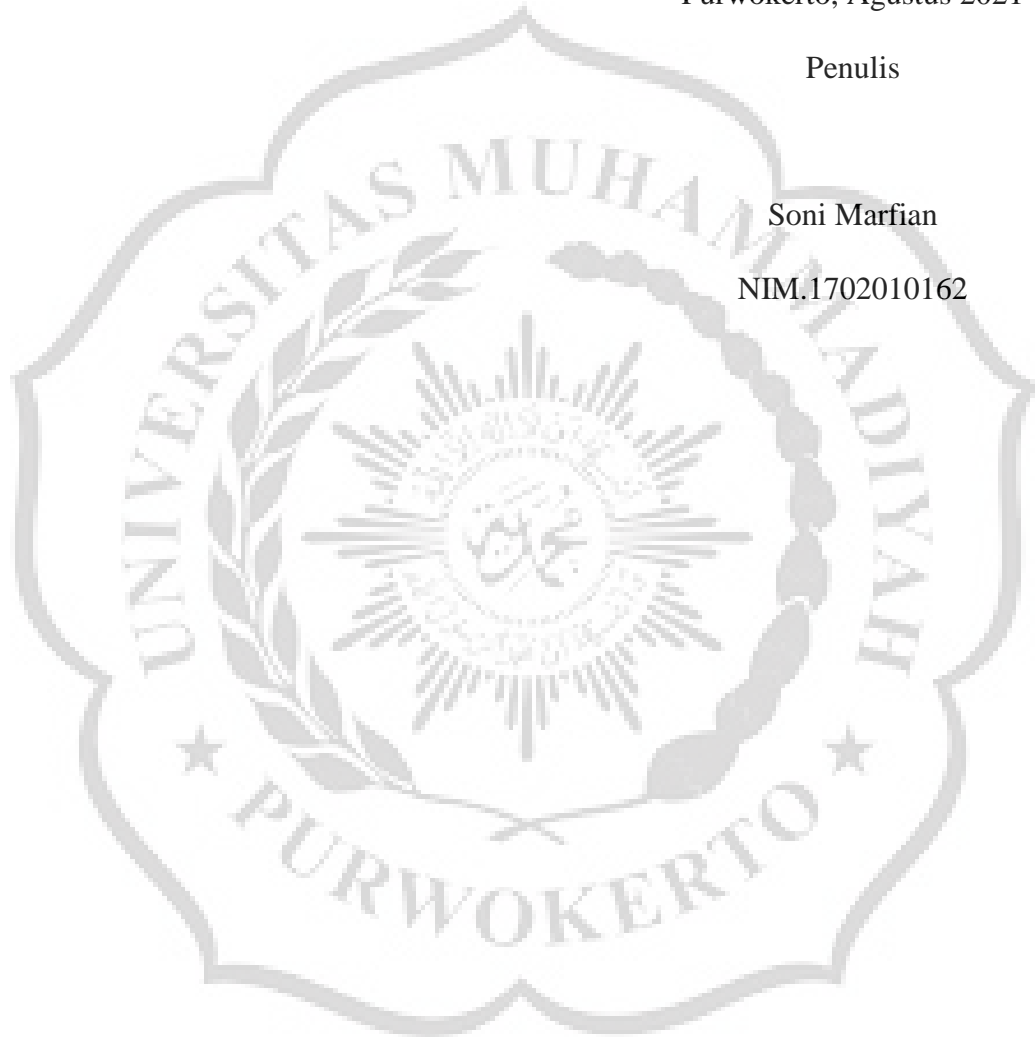
skripsi. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi semua pihak. Aamiin  
yarobbal'alam.

Purwokerto, Agustus 2021

Penulis

Soni Marfian

NIM.1702010162



# **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CORPORATE IMAGE* DAN *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia ex Bank Syariah Mandiri  
Purwokerto)**

**Soni Marfian<sup>1</sup>**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Muhammadiyah Purwokerto**  
**Email : [eronmastour@gmail.com](mailto:eronmastour@gmail.com)**

**Muchammad Agung Miftahuddin<sup>2</sup>**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Muhammadiyah Purwokerto**  
**Email : [muchammadagungm@gmail.com](mailto:muchammadagungm@gmail.com)**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Corporate Image* dan *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yang menghasilkan 110 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan uji parsial diperoleh hasil bahwa *Brand Image* dan *Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan *Corporate Image* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa *Brand Image*, *Corporate Image*, dan *Relationship Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Kata kunci:** Citra Merek, Citra Perusahaan, Pemasaran Hubungan, Loyalitas Pelanggan,

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE,  
CORPORATE IMAGE AND RELATIONSHIP MARKETING ON  
CUSTOMER LOYALTY***

***(Study On Indonesian Islamic Bank Customers ex- Purwokerto Islamic Bank  
Mandiri Customers)***

**Soni Marfian<sup>1</sup>**

**Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University of Purwokerto  
Email : [eronmastour@gmail.com](mailto:eronmastour@gmail.com)**

**Muchammad Agung Miftahuddin<sup>2</sup>**

**Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University of Purwokerto  
Email : [muchammadagungm@gmail.com](mailto:muchammadagungm@gmail.com)**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of Brand Image, Corporate Image and Relationship Marketing on Customer Loyalty. The sampling technique used in this study was purposive sampling that generated 110 respondents. The analytical technique used in this study was multiple linear regression analysis. Based on the partial test, the results showed that Brand Image and Relationship Marketing have a positive and significant effect on customer loyalty. In contrast, Corporate Image has no positive and significant effect on customer loyalty. The simultaneous test showed that Brand Image, Corporate Image, and Relationship Marketing affect Customer Loyalty.*

***Keywords:*** *Brand Image, Corporate Image, Relationship Marketing, Customer Loyalty.*

## DAFTAR ISI

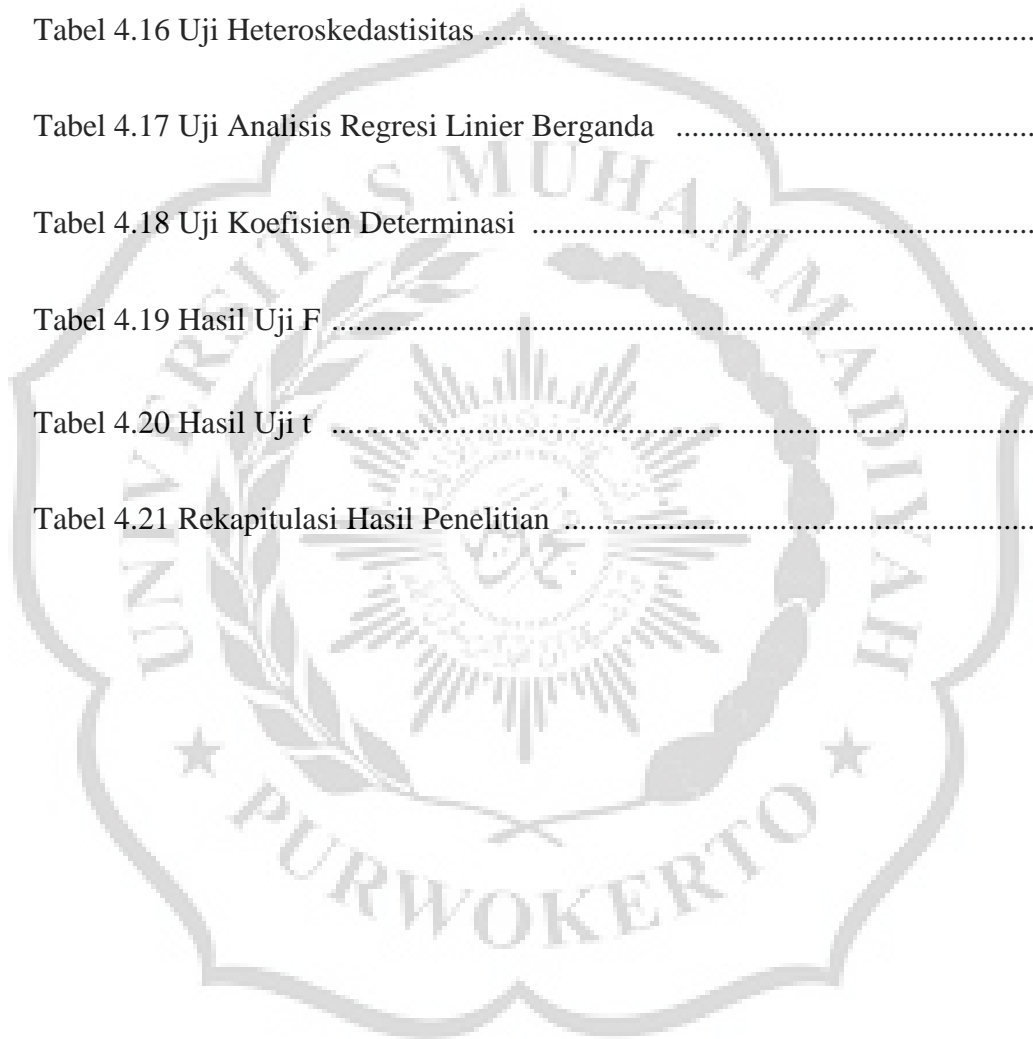
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	28

D. Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Jenis Penelitian.....	34
a) Subjek dan Objek Penelitian .....	34
b) Teknik Pengumpulan Data.....	36
c) Variabel Penelitian.....	37
d) Definisi Operasional Variabel.....	38
e) Metode Analisis Data.....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri .....	51
B. <i>Response Rate</i> .....	56
C. Karakteristik Responden .....	57
D. Analisis Statistik Deskriptif .....	60
E. Instrumen Penelitian.....	70
F. Uji Asumsi Klasik.....	75
G. Uji Kecocokan Model .....	80
H. Uji Hipotesis.....	84
I. Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	90
J. Pembahasan.....	91
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>97</b>
A. KESIMPULAN .....	97
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	98
C. SARAN .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jurnal Nasional .....	23
Tabel 2.2 Jurnal Internasional .....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	38
Tabel 4.1 Respon Rate .....	57
Tabel 4.2 Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.3 Usia .....	58
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan .....	59
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	61
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif <i>Corporate Image</i> .....	63
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif <i>Relationship Marketing</i> .....	65
Tabel 4.8 Analisis Loyalitas Nasabah .....	68
Tabel 4.9 Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y) .....	71
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X1) .....	72
Tabel 4.11 Uji Validitas <i>Corporate Image</i> (X2) 1 .....	73
Tabel 4.12 Uji Validitas <i>Relationship Marketing</i> (X3) .....	74

Tabel 4.13 Uji Reliabilitas .....	75
Tabel 4.14 Uji Normalitas .....	76
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas .....	77
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas .....	78
Tabel 4.17 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	81
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi .....	83
Tabel 4.19 Hasil Uji F .....	85
Tabel 4.20 Hasil Uji t .....	87
Tabel 4.21 Rekapitulasi Hasil Penelitian .....	90



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 3.1 Kurva Uji F .....	46
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis kedua .....	48
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga .....	49
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat .....	50
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama .....	86
Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua .....	88
Gambar 4.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga .....	89
Gambar 4.4 Kurva Uji Hipotesis Keempat .....	90