

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PEMASARAN DIGITAL DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK
BANK SYARIAH**

(Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Yogyakarta)

SKRIPSI



Oleh:

Rahma Diopeni Kusuma Aliya

NIM. 2000032031

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana
strata satu dalam bidang ilmu Perbankan Syariah

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA**

2024

**THE INFLUENCE OF ISLAMIC FINANCIAL LITERACY, DIGITAL
MARKETING, AND BRAND IMAGE ON THE DECISION TO USE ISLAMIC
BANK PRODUCTS**

(A Case Study on the Millennial Generation in Yogyakarta)

THESIS



By:

Rahma Diopeni Kusuma Aliya

Student ID. 2000032031

Submitted to the Department of Islamic Banking Faculty of Islamic Studies of
Universitas Ahmad Dahlan to complete the Requirement for obtaining
the Bachelor's Degree in Economics

**FACULTY OF ISLAMIC STUDIES
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA**

2024

NOTA DINAS

Pribawa E Pantas, S.E.Sy.,M.E.K.
Pembimbing skripsi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Hal : Persetujuan munaqasyah
Lamp. : 3 eks

Kepada
Yth. Kaprodi Perbankan Syariah
Universitas Ahmad Dahlandi
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Rahma Diopeni Kusuma Aliya
NIM : 2000032031
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi, Pemasaran Digital, dan Citra merek terhadap Keputusan dalam menggunakan produk perbankan syariah (Studi Kasus Generasi Milenial Kota Yogyakarta)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut dapat diajukan untuk ujian munaqasyah.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 29 Mei 2024

Pembimbing



Pribawa E Pantas, S.E.Sy.,M.E.K.
NIPM.19920327202610111241423

SURAT PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Diopeni Kusuma Aliya

NIM : 2000032031

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Agama Islam

Perguruan Tinggi : Universitas Ahmad Dahlan

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi.

Jika kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 29 Mei 2024



Rahma Diopeni Kusuma A

NIM. 2000032031

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus 4 : Jl. Kolektor Ringroad Selatan Taman Banguntapan bantul Telp. (0274) 563015 ext. 46104206
Kampus 6 : Jl. Ahmad Dahlan, Dalangan, Triharjo, Wates, Kulon Progo, Yogyakarta 55651 Telp. (0274) 779324 ext. 1806

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : F9/218/D.3/V/2024

Tugas akhir dengan Judul : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah,
Pemasaran Digital dan Citra Merek Terhadap
Keputusan Dalam Menggunakan Produk Bank
Syariah

Nama : rahma diopeni kusuma aliya

NIM : 2000032031

Telah diujikan pada tanggal : 17/05/2024

Nilai Ujian : A-/76,6

dan dinyatakan telah diterima di Fakultas Agama Islam Universitas Ahmad
Dahlan.

Mengetahui

Yogyakarta, 28 Mei 2024

Dekan
Fakultas Agama Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Drs. Arif Rahman, M.Pd.I.
NIPN 19900720201601111133468

Dwi Santosa Pambudi, S.H.I., M.S.I.
NIPM 198603162016101110889835

PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI

Skripsi berjudul : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran Digital dan Citra merek Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Yogyakarta)

Nama : Rahma Diopeni Kusuma Aliya

NIM : 2000032031

Program Studi : Perbankan Syariah

Telah disetujui tim penguji ujian *munaqasyah*:

Ketua : Pribawa E Pantas., S.E.Sy., M.E.K. (.....)
NIPM.199203272026101111241423

Penguji I : Andy Putra Wijaya, S.E.I., M.S.I. (.....)
NIPM.198707042021041111136209

Penguji II : Sunu Prasetya Adi, S.E.sy., M.E. (.....)
NIPM. 19930623202104 1111397120

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 17 Mei 2024

Waktu : 08.00-09.30

Nilai : A-

Hasil : ~~Lulus tanpa perbaikan~~/ Lulus dengan perbaikan/ Tidak lulus

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Diopeni Kusuma Aliya

NIM : 2000032031

Fakultas : Agama Islam

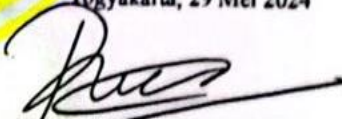
Judul tugas akhir : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran Digital dan Citra merek Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Generasi Milenial Kota Yogyakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di institusi Pendidikan lainnya
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 29 Mei 2024



Rahma Diopeni Kusuma Aliya

NIM. 2000032031

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Diopeni Kusuma Aliya

NIM : 2000032031 Email: rahma2000032031@webmail.uad.ac.id

Fakultas : Agama Islam

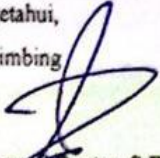
Program Studi : Perbankan Syariah

Judul : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran Digital, Citra Merek Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Generasi Milenial Kota Yogyakarta)


Dengan ini menyerahkan hak *Sepenuhnya* kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak):

Saya mengizinkan karya saya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan

Mengetahui,
Pembimbing


Pribawa Pantas, S.E.Sv., M.E.K
NIPM. 19920327201610111241423

Yogyakarta, 29 Mei 2024


Rahma Diopeni Kusuma A
NIM. 2000032031

MOTTO

“Bersemangatlah atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah pada Allah, jangan engkau lemah”

HR. Muslim

“Tidak ada pemberian orang tua yang paling berharga kepada anaknya daripada pendidikan akhlak mulia”

HR. Bukhari

“Orang lain gak akan bisa paham *strunggel* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *sucees stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa deoan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap semangat’

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil‘alaamiin. Puji syukur saya haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran digital, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Generasi Milenial Kota Yogyakarta)”**, dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Ahmad Dahlan.

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesempatan, dan nikmat karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga akhir.
2. Orang tua, Kakak dan keluarga yang senantiasa mendukung baik secara materi maupun non materi disaat susah maupun suka. Sebuah privillage yang sangat-sangat berharga bagi saya dilahirkan dalam keluarga yang hangat ini, semoga kelak saya dapat membalas semua kebaikan kalian.
3. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Pribawa E Pantas.,S.E.Sy.,M.E.K, yang tanpa lelah dan tanpa pamrih senantiasa membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Akhmad Arif Rifan, S.H.I., M.S.I., yang telah membimbing selama hampir 4 tahun saya berkuliah di Prodi Perbankan Syariah

UAD.

5. Seluruh Dosen Prodi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu kepada saya sehingga saya dapat berdiri sampai saat ini, semoga ilmu yang Bapak/Ibu berikan dapat menjadi berkah dan pahala jariyah. Aamiin.
6. Almamater Universitas Ahmad Dahlan, yang telah menerima saya apa adanya untuk menimba ilmu selama hampir 4 tahun dan memberikan kesempatan kepada saya untuk berproses di dalamnya.
7. Sahabat seperjuangan saya Nia, Caca, Citra, Rina, Alfina yang menjadi saksi perjuangan saya perkuliahan dan dengan ikhlas membantu saya dalam keadaan susah.
8. Sahabat-sahabat saya Latifah, Dina, Tiara yang telah menjadi support system yang selalu ada.
9. Seluruh teman-teman saya yang baik hati yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga kebaikan kalian kembali kepada kalian suatu saat nanti.
10. Kepada diri sendiri, berterima kasih sudah berjuang bersama tanpa lelah mengerjakan dan berusaha menyelesaikan skripsi ini selesai secara tepat waktu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah atas segala nikmat, karunia Allah, hidayah dan rahmat-Nya, hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. *Ṣalawat* dan salam selalu tercurah kepada *uswah hasanah*, Rasulullah saw, keluarga, sahabat, *tabi‘in*, *tabi‘at*, dan ummatnya yang senantiasa setia dan istiqomah dengan syariat dan dakwah Islam.

Teriring doa dan rasa terima kasih kepada semua pihak, khususnya dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Muchlas, M.T., selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
2. Bapak Dr., Arif Rahman, S.Pd.I., M.Pd.I. selaku dekan Fakultas Agama Islam Universitas Ahmad Dahlan.
3. Bapak Dwi Santosa Pambudi S.H.I., M.S.I. selaku kaprodi Perbankan Syariah Universitas Ahmad Dahlan.
4. Bapak Pribawa E Pantas, S.E.SY., M.E.K., selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Bapak Akhmad Arif Rifan, S.H.I., M.S.I., selaku dosen pembimbing akademik
6. Seluruh dosen dan karyawan di Fakultas Agama Islam, yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYEKAT	iii
NOTA DINAS	iv
SURAT PERNYATAAN	v
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	vi
PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI	vii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	viii
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	ix
MOTTO	x
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xviii
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II TUJUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Perbankan Syariah	13
B. Literasi keuangan	17
C. Pemasaran Digital (Digital Marketing)	23
D. Citra Merek	26
E. Pengambilan Keputusan	28
F. Produk Bank Syariah	29
G. Penelitian Terdahulu	31

H.	Kerangka Berfikir	35
I.	Hipotesis	36
BAB III	METODE PENELITIAN	40
A.	Jenis Penelitian	40
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	40
C.	Data dan Sumber Data	40
D.	Populasi dan Sample Penelitian	41
E.	Variable Penelitian	44
F.	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	45
G.	Uji Validitas dan Uji reliabilitas.....	47
H.	Teknik Analisis Data	48
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
A.	Deskripsi Objek Penelitian.....	53
B.	Hasil Penelitian.....	55
1.	Karakteristik Responden.....	55
2.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
3.	Uji Asumsi Klasik	66
4.	Analisis Regresi Ganda	71
5.	Uji Hipotesis.....	74
C.	Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	82
A.	Kesimpulan	82
B.	Saran.....	83
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert	46
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	55
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	56
Tabel 4. 3 Pendidikan Responden.....	57
Tabel 4. 4 Jenis Pekerjaan Responden	57
Tabel 4. 5 Jenis Bank Syariah	58
Tabel 4. 6 Lama Menjadi Nasabah.....	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Pemasaran Digital	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Keputusan	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Literasi Keuangan	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Pemasaran Digital.....	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Berganda	72
Tabel 4. 19 Hasil Uji T	74
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	76
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 4 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Gambar. 4 2 Hasil Uji Normalitas	70

ABSTRAK

Perbankan Syariah adalah suatu lembaga yang beroperasi berdasarkan hukum islam. Produk perbankan syariah memiliki fungsi dan manfaat beragam sehingga setiap individu mempunyai pengaruh dalam pengambilan keputusan memilih produk perbankan syariah. Dapat dikatakan seperti pengaruh literasi keuangan, pemasaran Digital dan citra merek. Penelitian ini ditujukan kepada generasi milenial kota Yogyakarta yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah. Metode penelitian yang digunakan menggunakan kuantitatif. sedangkan teknik pengambilan sample yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuisioner kepada 100 responden menggunakan skala likert. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan produk bank syariah dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel pemasaran digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan produk bank syariah dengan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan produk bank syariah dengan nilai signifikansi $0,030 < 0,05$. Secara simultan literasi keuangan syariah, pemasaran digital dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan uji koefisien determinasi memperoleh hasil 44,3% yang artinya variabel literasi keuangan syariah, pemasaran digital dan citra merek memiliki peran sebesar 44,3% . Sedangkan sisanya 55,7% dijelaskan oleh variabel yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Kata kunci : Literasi keuangan, pemasaran digital, citra merek, keputusan menggunakan produk bank syariah.

ABSTRACT

Islamic banking is an Islamic law-based institution. Islamic banking products have various functions and benefits, so each influence in deciding to choose Islamic banking products, such as the influence of financial literacy, digital marketing, and brand image. This research aims to determine the influence of the millennial generation in Yogyakarta on Islamic banking products. This research uses the quantitative method with purposive sampling. This research obtains primary data using questionnaires with the Likert scale for 100 respondents. This research shows that Islamic financial literacy positively and significantly affects the decision to use Islamic banking products with a significance value of $0.000 < 0.05$. The digital marketing variable also positively and significantly affects the decision to use Islamic banking products with a significant value of $0.013 < 0.05$. The brand image variable positively and significantly affects the decision to use Islamic banking products with a significance value of $0.030 < 0.05$. Simultaneously, Islamic financial literacy, digital marketing, and brand image have a positive and significant effect with a significance value of $0.000 < 0.05$. Based on the coefficient of determination test, the result is 44.3%, which means that the variables of Islamic financial literacy, digital marketing, and brand image have a role of 44.3%. In comparison, the remaining 55.7% is explained by variables not tested in this research.

Keywords: Financial literacy, digital marketing, brand image, decision to use Islamic bank products.