



MUTIA LAPRASSANI

Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

pengaruh Brand Recognition dan Perceived Quality Terhadap Brand Credibility Bank Syariah Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi



Editor :

Romi Adetio Setiawan.,MA.,Ph.D

Dr.Herlina Yustati, M.A.EK

PENGARUH *BRAND RECOGNITION* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *BRAND CREDIBILITY* BANK SYARIAH DENGAN *WORD OF MOUTH* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

SKRIPSI



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH :

MUTIA LAPRASSANI

NIM. 2111140148

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
2025 M/1446 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon: (0736) 51275-51171-51172 Fax: (0736) 5171

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul " Pengaruh *Brand Recognition* Dan *Perceived Quality* Terhadap *Brand Credibility* Dengan *Word Of Mouth* Sebagai Variabel Moderasi" yang disusun oleh:

Nama RI FATMAWATI : Mutia Laprassani

NIM RI FATMAWATI : 2111140148

Program Studi : Perbankan Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Skripsi

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu,

Maret 2025 M

Ramadhan 1446 H

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Romi Adetio Setiawan, MA., Ph.D

NIP. 198312172014031001

Dr. Herlina Yustati, M.A.EK

NIP. 198505222019032004

Mengetahui Kajar Ekonomi Islam

Yenti Sumarni, MM

NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu, 38211
Tlp. (0736) 51276, 51171 Fax. (0736) 51276, 51171

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh *Brand Recogniton* dan *Perceived Quality* Terhadap *Brand Credibility* Bank Syariah dengan *Word Of Mouth* sebagai Variabel Moderasi”

yang disusun oleh:

Nama : Mutia Laprassani

Nim : 2111140148

Program Studi : Perbankan Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Skripsi

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqosyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 18 Juni 2025

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, Juni 2025 M
Dzulhijjah 1446 H

Tim Sidang *Munaqosyah*

Ketua

Prof. Dr. Supardi, M.Ag
NIP.196504101993031007

Sekretaris

Rahmat Putra Ahmad Hasibuan, M.Si
NIP.199104172020121010

Penguji I

Prof. Dr. Supardi, M.Ag
NIP.196504101993031007

Penguji II

Nurrahmah Putry, M.Ak
NIP.198609112020122004



Mengetahui,
Dekan
Prof. Dr. Supardi, M.Ag
NIP.196504101993031007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Recognition* Dan *Perceived Quality* Terhadap *Brand Credibility* Bank Syariah Dengan *Word Of Mouth* Sebagai Variabel Moderasi” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UIN FAS Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya..
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran rumusan saya sendiri tanpa ada bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 09 Maret 2025 M
4 Ramadhan 1446 H



Mutia Laprassani
NIM. 2111140148

ABSTRAK

***Pengaruh Brand Recognition Dan Perceived Quality Terhadap Brand Credibility Bank Syariah Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi
Oleh Mutia Laprassani, NIM 2111140148.***

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand recognition* dan *perceived quality* terhadap *brand Credibility* dengan *word of mouth* sebagai variabel moderasi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa angket yang disebarakan kepada 100 Responden, sampel dipilih dengan menggunakan teknik Purposive sampling dan merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia dengan menggunakan skala likert 1-5. Hasil penelitian yang diuji menggunakan SPSS 23 yaitu sebagai berikut 1) *Brand Recognition* berpengaruh terhadap *Brand Credibility* Bank Syariah. 2) *Perceived Quality* berpengaruh terhadap *Brand Credibility* Bank Syariah. 3) *Brand Recognition* dan *Perceived Quality* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap *Brand Credibility* Bank Syariah. 4) *Word Of Mouth* dapat memoderasi variabel *Brand Recognition* terhadap *Brand Credibility*, nilai koefisien sebesar -0,017 (negatif) artinya bahwa *word of mouth* akan melemahkan hubungan pengaruh *brand recognition* terhadap tingkat *brand credibility* Bank Syariah. 5) *Word Of Mouth* dapat memoderasi variabel *Perceived Quality* terhadap *Brand Credibility*, nilai koefisien sebesar -0,053 (negatif) artinya bahwa *word of mouth* akan melemahkan hubungan pengaruh *perceived quality* terhadap tingkat *brand credibility* Bank Syariah.

Kata Kunci : *Brand Recognition, Perceived Quality, Brand Credibility, Word Of Mouth*

ABSTRACT

The Influence of Brand Recognition and Perceived Quality on Brand Credibility of Islamic Banks with Word of Mouth as a Moderation Variable

By Mutia Laprassani, NIM 2111140148.

The purpose of this study was to determine the effect of brand recognition and perceived quality on brand credibility with word of mouth as a moderating variable. The approach used is quantitative with primary data collection techniques in the form of questionnaires distributed to 100 respondents, the sample was selected using the Purposive sampling technique and was a customer of Bank Syariah Indonesia using a Likert scale of 1-5. The results of the study tested using SPSS 23 are as follows: 1) Brand recognition has an effect on brand credibility of Islamic Banks. 2) Perceived quality has an effect on brand credibility of Islamic Banks. 3) Brand recognition and perceived quality have a simultaneous and significant effect on brand credibility of Islamic Banks. 4) Word Of Mouth can moderate the Brand Recognition variable on Brand Credibility, the coefficient value of -0.017 (negative) means that word of mouth will weaken the relationship between the influence of brand recognition on the level of brand credibility of Islamic Banks. 5) Word Of Mouth can moderate the Perceived Quality variable on Brand Credibility, the coefficient value of -0.053 (negative) means that word of mouth will weaken the relationship between the influence of perceived quality on the level of brand credibility of Islamic Banks.

Keywords: *Brand Recognition, Perceived Quality, Brand Credibility, Word Of Mouth*

MOTTO

"Ketahuilah Bahwasannya Kemenangan Itu Bersama Kesabaran, Dan Jalan Keluar Itu Bersama Kesulitan, dan Bahwasanya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan".

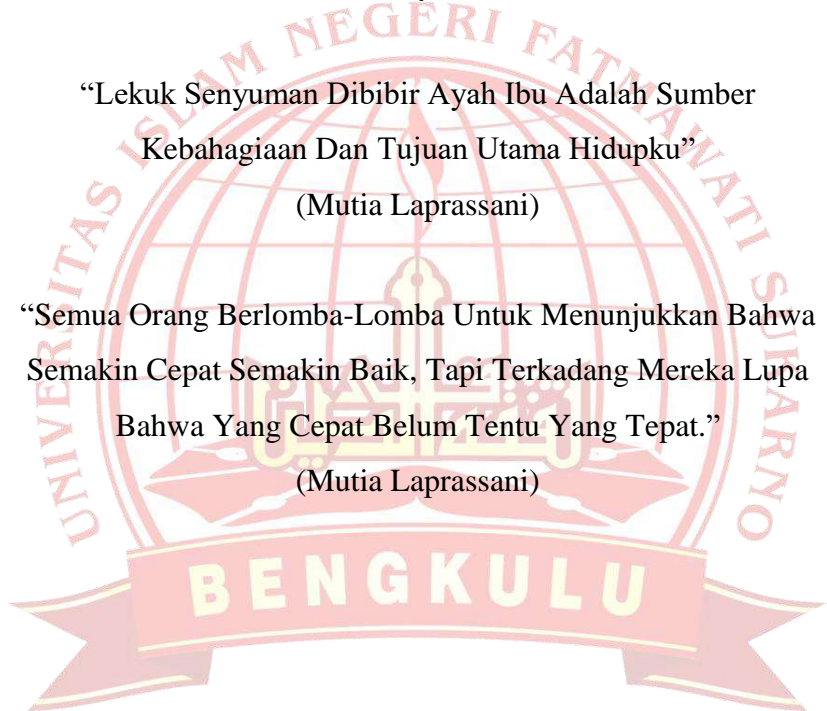
(Hadist Riwayat Tirmidzi)

“Lekuk Senyuman Dibibir Ayah Ibu Adalah Sumber Kebahagiaan Dan Tujuan Utama Hidupku”

(Mutia Laprassani)

“Semua Orang Berlomba-Lomba Untuk Menunjukkan Bahwa Semakin Cepat Semakin Baik, Tapi Terkadang Mereka Lupa Bahwa Yang Cepat Belum Tentu Yang Tepat.”

(Mutia Laprassani)



PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah kepada Allah SWT atas nikmat, ridho, dan kesempatan yang diberikan-Nya kepada saya. Dengan penuh doa dan hati yang tulus, saya persembahkan karya sederhana ini yang telah saya capai melalui suka dan duka. Saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada orang-orang yang saya sayangi dan cintai, yang telah mendukung keberhasilan saya dalam menyusun skripsi ini:

1. Teruntuk pintu surgaku tercinta Jumiyani, engkau cahaya yang menerangi langkahku, dan tanganmu yang selalu menguatkan serta bahu yang selalu tersedia disaatku rapuh. Skripsi ini adalah bukti kecil dari rasa terimakasihku atas segala cinta, kesabaran, pengorbanan dan dukungan serta doa yang tak pernah putus. Aku mencintaimu ibu, tetaplah bahagia.
2. Teruntuk Ayahku tercinta Bambang Permono (Almarhum) terima kasih atas setiap kerja kerasmu, lelahmu dan setiap tetes keringat yang telah engkau berikan dan lakukan untukku dan keluarga kita. Terima kasih atas setiap ajaran kekuatan, kebijaksanaan dan keyakinanmu yang tak tergoyahkan padaku untuk menjadi pondasi hidupku. Meskipun kau tak lagi bersamaku, kasih sayang dan dukunganmu tetap menjadi sumber kekuatan dan inspirasi yang tak terhenti. Kehilanganmu sungguh bagai pemutus harapan ditengah jalan.

Allah SWT sungguh menyayangimu, berbahagialah Ayah di surgaNya.

3. Untuk diriku sendiri, terima kasih telah terus berjuang hingga saat ini, terima kasih telah bertahan dari setiap badai kehidupan, dan terima kasih telah menjadi begitu kuat. Teruslah berjuang karena ini bukanlah akhir melainkan langkah awal dalam kehidupan yang akan datang.
4. Adik-adikku tersayang Aji Maulana Pratama dan Fitrah Tazkiril Azam yang telah menjadi bagian dibelakang layar yang selalu memotivasi dan memberikan pertolongan selama mengerjakan skripsi ini dari awal hingga akhir yang menjadi sumber semangat untuk terus tumbuh, belajar, dan berhasil.
5. Untuk Bude Efiyanti dan Pakde Zulkarnain terimakasih atas setiap dukungan, motivasi dan juga ajarannya selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga besarku yang telah memberikan doa dan dukungan demi keberhasilanku, terima kasih.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan HidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Recognition* Dan *Perceived Quality* Terhadap *Brand Credibility* Bank Syariah Dengan *Word Of Mouth* Sebagai Variabel Moderasi”. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang menjadi Uswatun Hasanah bagi kita semua Aamiin.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

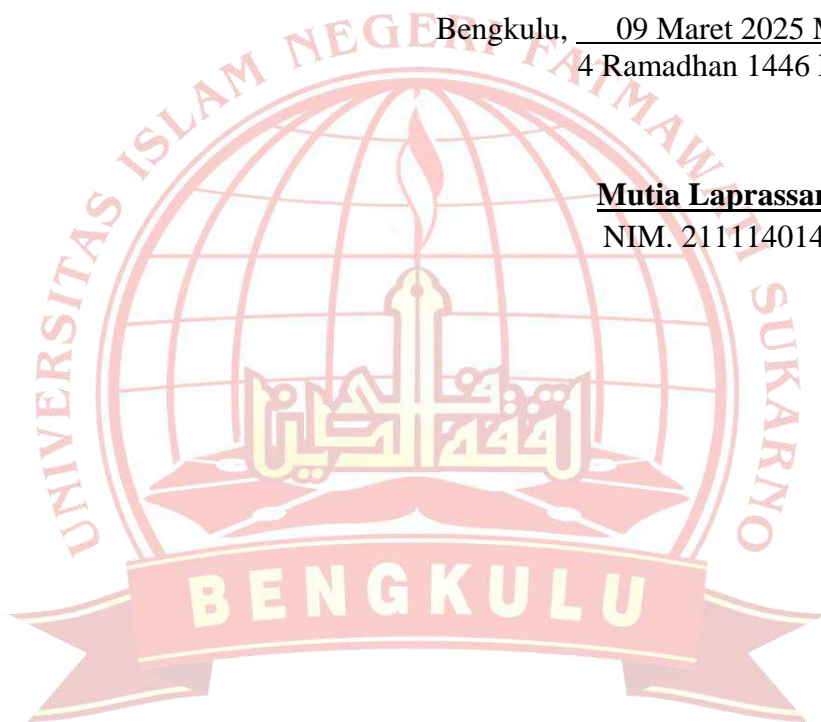
1. Prof. Dr. H. Zulkarnain Dali M.pd, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu.
2. Dr. H. Supardi, M.A, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu.

3. Yenti Sumarni, M.A, Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu.
4. Katra Pramedeka, M.E selaku Koordinator program studi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam universitas Islam negeri fatmawati sukarno bengkulu yang telah memberikan motivasi dan arahan serta ilmu yang bermanfaat.
5. Romi Adetio Setiawan., MA., Ph.D Selaku Pembimbing I, yang telah memberikan motivasi, semangat dan arahan serta ilmu yang bermanfaat.
6. Dr. Herlina Yustati, M.A. EK Selaku pembimbing II, yang telah memberikan motivasi, semangat dan arahan serta ilmu yang bermanfaat.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Bengkulu, 09 Maret 2025 M
4 Ramadhan 1446 H

Mutia Laprassani
NIM. 2111140148



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Penelitian Terdahulu	10
G. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	18
A. <i>Brand Credibility</i>	18
1. Pengertian <i>Brand Credibility</i>	18

2.	Indikator <i>Brand Credibility</i>	21
3.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Credibility</i>	21
B.	<i>Brand Recognition</i>	23
1.	Pengertian <i>Brand Recognition</i>	23
2.	Indikator <i>Brand Recognition</i>	26
C.	<i>Perceived Quality</i>	29
1.	Pengertian <i>Perceived Quality</i>	29
2.	Indikator <i>Perceived Quality</i>	34
D.	<i>Word Of Mouth</i>	35
1.	Pengertian <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	35
2.	<i>Word Of Mouth</i> Dalam Islam	37
3.	Dimensi <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	38
4.	Indikator <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	39
E.	Bank Syariah	40
1.	Pengertian Bank Syariah	40
2.	Prinsip Bank Syariah	43
3.	Tujuan dan Fungsi Bank Syariah	44
F.	Kerangka Berpikir Penelitian	45
G.	Hipotesis Penelitian.....	46

BAB III METODE PENELITIAN..... 48

A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	48
1.	Jenis Penelitian.....	48
2.	Pendekatan Penelitian	48
B.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	49
C.	Populasi Dan Sampel	49

D.	Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data	52
1.	Sumber Data.....	52
2.	Teknik Pengumpulan Data	52
E.	Variabel Dan Definisi Operasional	54
1.	Variabel Penelitian.....	54
2.	Definisi Operasional	58
F.	Teknik Analisis Data	62
1.	Uji Validitas	62
2.	Uji Reliabilitas	63
3.	Uji Asumsi Klasik.....	63
4.	Uji Hipotesis.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		75
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	75
B.	Hasil Penelitian	77
1.	Deskripsi karakteristik responden	78
2.	Uji Kualitas Data.....	82
3.	Uji Asumsi Klasik.....	85
4.	Uji Hipotesis.....	88
C.	Pembahasan	100
BAB V PENUTUP		108
A.	Kesimpulan.....	108
B.	Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....		110
LAMPIRAN		120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Jumlah Nasabah Bank Syariah 2020-2024..	2
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Dalam Skala Likert.....	51
Table 3.2 Pengambilan Keputusan Dalam Uji Durbin Watson	71
Table 3.3 Kriteria Interval Kekuatan Hubungan Pada Uji Korelasi	71
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel.....	82
Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas.....	84
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	87
Tabel 4.7 Hasil Uji Determinasi	91
Tabel 4.8 Hasil Uji Persial	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Signifikan Simultan.....	90
Tabel 4.10 Hasil Uji MRA Tahap 1 Persamaan 1	90
Tabel 4.11 Hasil Uji MRA Tahap 1 Persamaan 2	90
Tabel 4.12 Hasil Uji MRA Tahap 1 Persamaan 3	90
Tabel 4.13 Hasil Uji MRA Tahap 2 Persamaan 1	90
Tabel 4.14 Hasil Uji MRA Tahap 2 Persamaan 2	89
Tabel 4.15 Hasil Uji MRA Tahap 2 Persamaan 3	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Persentase jenis kelamin responden.....	78
Gambar 4.2 Persentase Umur Responden.....	79
Gambar 4.3 Persentase Pendidikan Terakhir Responden	80
Gambar 4.4 Persentase Lama Menabung di BSI	81



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Tabulasi Data Informasi Responden Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Variabel Brand Recognition (X1)
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Variabel Perceived Quality (X2)
- Lampiran 4 : Tabulasi Data Variabel Brand Credibility (Y)
- Lampiran 5 : Tabulasi Data Variabel Word Of Mouth (Z)
- Lampiran 6 : Uji Validitas
- Lampiran 7 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 : Uji Hipotesis
- Lampiran 10 : Form Validasi
- Lampiran 11 : SK Pembimbing
- Lampiran 12 : Lembar Bimbingan Pembimbing 1
- Lampiran 13 : Lembar Bimbingan Pembimbing 2
- Lampiran 14 : Kuesioner
- Lampiran 15 : SK lulus Plagiarisme