



PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
TAHUN 2026

ZOSEN WANDI RAHMAN

**PENGARUH *CORPORATE BRANDING* DAN
BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPERCAYAAN PADA
BANK SYARIAH INDONESIA KC PANORAMA
KOTA BENGKULU**

Jurnal Ilmiah



Editor :
Prof. Dr. Nurul Hak, M.A
Khozin Zaki, M.A

**PENGARUH *CORPORATE BRANDING* DAN *BRAND
AMBASSADOR* TERHADAP KEPERCAYAAN PADA
BANK SYARIAH INDONESIA KC PANORAMA
KOTA BENGKULU**

(Jurnal Ilmiah)



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU
2026 M / 1448 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. Raden Fatah Pagar Dawa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51171-51276. Faksimili. (0736) 51172

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul "Pengaruh Corporate Branding Dan Brand Ambassador Terhadap Kepercayaan Pada Bank Syariah Indonesia KC Panorama Kota Bengkulu" yang disusun oleh:

Nama : Zosen Wandu Rahman
NIM : 2223140043
Program Studi : Perbankan Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah
Jurnal : Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital

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, 15 Juni 2026 M
07 Dzulhijjah 1447 H

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Khazin Zaki, MA
NIP. 199506172022031001

Mengetahui

Koordinator Program Studi Perbankan Syariah

Dr. Yetti Afrida Indra, M.Ak
NIP. 198404142023212045



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan: Raden Fatah Pagar Dawa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51171-51276. Faksimili. (0736) 51172

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul "**Pengaruh Corporate Branding dan Brand Ambassador Terhadap Kepercayaan Pada Bank Syariah Indonesia KO Panorama Kota Bengkulu**" yang disusun oleh:

Nama : Zosen Wandi Rahman

NIM : 2223140043

Program Studi : Perbankan Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah

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

Hari : Kamis

Tanggal : 18 Juni 2026

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

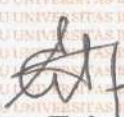
Bengkulu, 18 Juni 2026 M
10 Dzulhijjah 1447H

Tim Sidang *Munaqasyah*

Ketua

Sekretaris


Khairiah Elwardah, M. Ag


Yunida Een Friyanti, M. Si

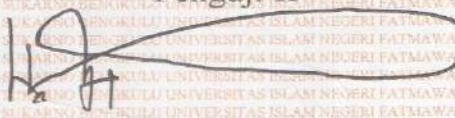
NIP. 197808072005012008

NIP. 19810612205032003

Penguji I

Penguji II

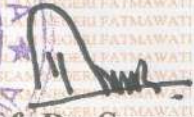

Khairiah Elwardah, M. Ag


Katra Pramadeka, SEI, M.E.I

NIP. 197808072005012008

NIP. 198807252020121003

Mengetahui,
Dekan


Prof. Dr. Suwarjin, M.A

NIP. 196904021999031004



**PENGARUH *CORPORATE BRANDING* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPERCAYAAN PADA
BANK SYARIAH INDONESIA KC PANORAMA
KOTA BENGKULU**

ABSTRAK

Kepercayaan nasabah merupakan faktor penting dalam keberlangsungan industri perbankan syariah. Pasca-merger Bank Syariah Indonesia (BSI), penguatan *branding korporat* dan pemanfaatan *brand Ambassador* menjadi strategi yang digunakan untuk membangun citra positif serta meningkatkan kepercayaan nasabah. Namun, efektivitas kedua strategi tersebut dalam membentuk kepercayaan nasabah pada tingkat cabang masih perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Branding* dan *Brand Ambassador* terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Panorama Kota Bengkulu, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah aktif BSI KC Panorama Kota Bengkulu yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *branding perusahaan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen dengan nilai t-hitung sebesar 23,895 dan signifikansi 0,000. *Brand Ambassador* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen dengan nilai t-hitung sebesar 2,543 dan signifikansi 0,012. Secara simultan, *Corporate Branding* dan *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan

Kesimpulan penelitian ini adalah *Corporate Branding* dan *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. *Corporate Branding* merupakan variabel yang paling dominan dalam membentuk kepercayaan nasabah pada BSI KC Panorama Kota Bengkulu.

Kata Kunci: *Corporate Branding*, *Brand Ambassador*, Kepercayaan Nasabah, Bank Syariah Indonesia, Perbankan Syariah.

**PENGARUH CORPORATE BRANDING DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPERCAYAAN PADA
BANK SYARIAH INDONESIA KC PANORAMA
KOTA BENGKULU**

ABSTRACT

Customer trust is a crucial factor in the sustainability of the Islamic banking industry. Following the merger of Bank Syariah Indonesia (BSI), strengthening corporate branding and utilizing brand ambassadors have become strategies used to build a positive image and increase customer trust. However, the effectiveness of these two strategies in building customer trust at the branch level requires further study. This study aims to analyze the influence of corporate branding and brand ambassadors on customer trust at Bank Syariah Indonesia's Panorama Branch in Bengkulu City, both partially and simultaneously.

This study used a quantitative approach with a causal associative approach. Data were collected through questionnaires distributed to active customers of BSI's Panorama Branch in Bengkulu City, selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with the aid of t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2).

The results indicate that corporate branding has a positive and significant effect on consumer trust, with a t-value of 23.895 and a significance level of 0.000. Brand Ambassador also has a positive and significant effect on consumer trust, with a t-value of 2.543 and a significance level of 0.012. Simultaneously, Corporate Branding and Brand Ambassador have a positive and significant effect.

The conclusion of this study is that Corporate Branding and Brand Ambassador have a positive and significant effect on consumer trust, both partially and simultaneously. Corporate Branding is the most dominant variable in shaping customer trust at BSI KC Panorama, Bengkulu City.

Keywords: Corporate Branding, Brand Ambassador, Customer Trust, Bank Syariah Indonesia, Islamic Banking

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Branding* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Kepercayaan Pada Bank Syariah KC Panorama Kota Bengkulu”, Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Tugas akhir ini murni gagasan , pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam tugas akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan di cantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar Pustaka.

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

Bengkulu. Juni 2026

menyatakan



Zosen Wandu Rahman

NIM. 2223140043

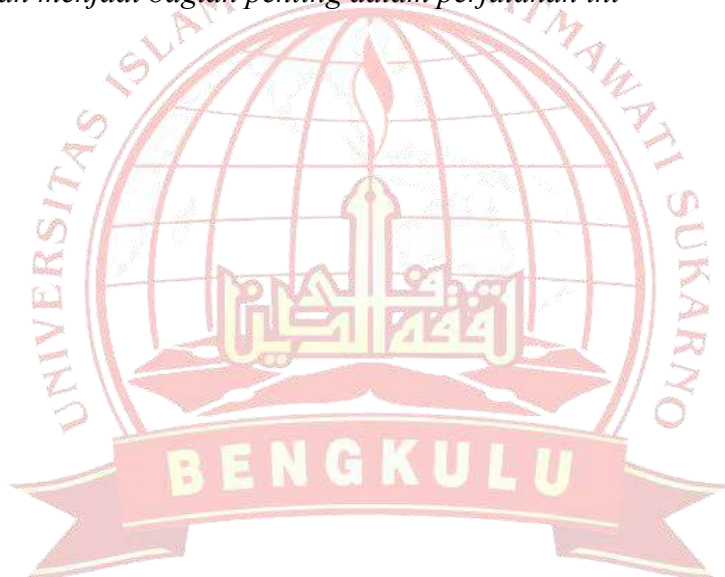
PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang memberikan rahmat dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan jurnal ilmiah ini dengan penuh kesabaran dan kerendahan hati. Semoga segala usaha dan perjuangan ini dapat membawa manfaat dan berkah bagi penulis dan orang sekitar. Penyusunan jurnal ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada kedua orang tuaku Sulan (Ayah) dan Subi (Ibu). Dengan segala rasa Syukur dan cinta, penulis persembahkan tugas akhir ini pada ayah dan juga ibu tercinta, terima kasih atas segala doa dan dukungan yang selalu kalian berikan kepadaku. Tanpa dukungan dan kasih sayang yang kalian berikan, penulis tidak akan mampu menyelesaikan semua ini. Kalian adalah sumber semangat dan inspirasi penulis setiap langkah kehidupan. Karya ini adalah wujud dari segala usaha dan harapan kalian yang selalu mendukung penulis, baik dalam keadaan suka maupun duka, tanpa kalian penulis tidak akan sampai di titik ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada ayah dan ibu, semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkah, rezeki, kesehatan, kebahagiaan, dan kemudahan dalam setiap langkah kehidupan. Diberikan umur yang penuh manfaat, hati yang tenang, keluarga yang harmonis, serta segala urusan dimudahkan dan dilancarkan. Aamiin ya rabbal 'alamin.
2. Kepada adikku Zalvin Hidayatullah, terima kasih atas doa, dukungan, dan semangat yang selalu kamu berikan. Kesehatan, kebahagiaan dan kemudahan. Semoga senantiasa diberikan kekuatan dalam menghadapi setiap ujian, kelancaran dalam meraih cita-cita, keberkahan dalam setiap langkah, serta kebahagiaan dunia dan akhirat. Semoga Allah menjaga, melindungi, dan membimbingmu di jalan yang diridhai-Nya. Aamiin ya rabbal 'alamin.
3. Kepada kedua pembimbing tugas akhirku (bapak Prof. Dr. Nurul Hak, MA dan bapak Khozin Zaki, MA) terima kasih atas bimbingan dan kesabaran dalam mengarahkan penulis dan memberikan materi, dan masukan kepada penulis selama proses penyelesaian tugas akhir ini, semoga kebaikan dan kemudahan menyertai kalian.

4. Kepada seluruh keluarga yang tidak bisa penulis paparkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan doa dari kalian, semoga kita semua selalu berada dalam lindungannya.

Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Netasia Putri Ria, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, dan arahan kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal, mendukung maupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluhan, serta memberi semangat untuk pantang menyerah, semoga segala kebaikan, perhatian, dan ketulusan yang telah kau berikan dibalas dengan pahala yang berlipat ganda dan kebahagiaan yang tak terhingga. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT Tuhan pencipta alam semesta dan segala isinya yang telah memberikan kenikmatan Iman, Islam, dan Ihsan. Sehingga masih diberikan kesehatan serta kesempatan agar penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini sebagai mana mestinya lah kita bisa merasakan kebahagiaan iman, ilmu dan independensi dalam berpikir dan berinteraksi

Shalawat beriring salam tak henti-hentinya kita curahkan kepada baginda besar kita Nabi Muhammad SAW, karena berkat beliau lah kita bisa merasakan kebahagiaan iman, ilmu dan independensi dalam berpikir dan berinteraksi

Skripsi dengan judul **Pengaruh *Corporate Branding* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Kepercayaan Pada Bank Syariah Indonesia KC Panorama Kota Bengkulu**

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (SI) Jurusan Hukum keluarga islam Fakultas Syari'ah di universitas islam negeri fatmawati sukarno (UINFAS) Bengkulu. guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) dalam bidang ilmu syari'ah. Dalam proses penyusunan skripsi ini mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Prof Dr. KH Khairuddin, M.Ag, sebagai Rektor Universitas UINFAS Bengkulu.
2. Prof. Dr. Suwarjin, MA., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu
3. Dr. Yetti Afrida Indra, M.Ak., sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah UINFAS

4. Prof. Dr. Nurul Hak, MA., selaku Pembimbing I yang telah membimbing, mengarahkan sehingga jurnal ilmiah ini bisa terselesaikan dengan baik
5. Khozin Zaki, MA., selaku Pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan dengan kesabaran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik
6. Yosy Arisandy, MM., Ph.D., selaku pembimbing akademik yang telah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu dengan penuh kesabaran
8. Bapak Dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan Ilmu yang bermanfaat dalam membina dan mendidik tunas muda.
9. Orang tuaku yang selalu mendoakan kesuksesanku dan dukungan serta motivasi
10. Serta Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu yang senantiasa memberikan pelayanan terbaik guna kemajuan fakultas.

Dalam penulisan jurnal ilmiah, peneliti menyadari akan banyaknya kekurangan dan kesalahan dari Berbagai hal yang ada dalam skripsi ini. Oleh karena itu Peneliti akan terus berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai hasil akhir yang terbaik dalam penulisan skripsi ini.

Bengkulu, Juni 2026 M
Dzulhijjah 1448H

Penulis



Zosen Wandhi Rahman
NIM. 2223140043

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Penelitian Terdahulu.....	7
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR.....	11
A. <i>Corporate Branding</i>	11
1. Definisi <i>Corporate Branding</i>	12
2. Pentingnya <i>Corporate Branding</i> Dalam Industri Perbankan Syariah	13
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Corporate</i> <i>Branding</i>	14
4. Karakteristik <i>Corporate Branding</i>	15
5. Islamic Branding.....	17
B. <i>Brand Ambassador</i>	20
1. Definisi Brand Ambassador	21
2. Peran <i>Brand Ambassador</i> Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah	22
3. Dimensi Brand Ambassador.....	23
4. Indikator <i>Brand Ambassador</i>	25
C. Kepercayaan Nasabah dalam Perbankan Syariah	26
1. Definisi Kepercayaan Nasabah	28
2. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepercayaan Nasabah	28

3. Indikator Kepercayaan Konsumen dalam Konteks Bank Syariah	29
D. Hubungan <i>Corporate Branding</i> dan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Kepercayaan Nasabah	31
E. Kerangka Berpikir Penelitian.....	36
F. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	47
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	48
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	48
1. Populasi.....	48
2. Teknik Pengambilan Sampel	49
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	50
1. Sumber Data.....	50
2. Teknik Pengumpulan Data	55
E. Variabel dan Definisi Operasional.....	53
F. Teknik Analisis Data.....	53
1. Uji Instrumen Penelitian	54
2. Uji Asumsi Klasik.....	55
3. Analisis Data	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Hasil Penelitian	61
1. Gambaran Umum Karakteristik Responden	61
2. Distribusi Frekuensi Variabel X dan Y	63
3. Uji Validasi dan Reliabilitas Data	67
4. Uji Asumsi Klasik.....	70
5. Analisis Regresi Linear Berganda	73
6. Pengujian Hipotesis	74
7. Koefisien Determinasi (R^2)	76
B. Pembahasan.....	77
1. Gambaran Umum Karakteristik Responden	77
2. Distribusi Frekuensi Variabel X dan Y	81
3. Uji Validitas, Reliabilitas Data dan Uji Asumsi Klasik.....	85
4. Uji Validitas Data.....	85
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
6. Pengujian Hipotesis	92
7. Koefisien determinasi (R^2)	96
BAB V PENUTUP.....	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional	53
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Jadi Nasabah.....	62
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Corporate Branding</i> (X1).....	63
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X2).....	64
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan nasabah (Y)	66
Tabel 4.8	Uji Validasi Data Variabel X1, X2 dan Y	68
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Data Variabel	69
Tabel 4.10	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	70
Tabel 4.11	Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.12	Uji Multikolinieritas.....	72
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 4.14	Hasil Uji F Simultan	75
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi (R^2)	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	36
------------	------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Hasil Output Analisis Data
- Lampiran 4 SK Pembimbing Tugas Akhir
- Lampiran 5 Surat Izin Penelitian dari UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan
- Lampiran 7 Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 8 SK Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 9 SK Lulus Persyaratan SKPI
- Lampiran 10 SK Lulus Plagiarisme
- Lampiran 11 LOA
- Lampiran 12 Jurnal
- Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian

