

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* INSTAGRAM DAN
BRAND IMAGE TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN BANK SYARIAH
(Studi Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Sumber)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



DEA NOVITASARI

NIM 1808203196

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

1444 H/2022 M

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* INSTAGRAM DAN
BRAND IMAGE TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN BANK SYARIAH
(Studi Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Sumber)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



Oleh:

DEA NOVITASARI

NIM 1808203196

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
1444 H / 2022 M**

ABSTRAK

Dea Novitasari. NIM: 1808203196, “Pengaruh *Digital Marketing* Instagram dan *Brand Image* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Sumber”, Skripsi 2022.

Seiring perkembangan dan pertumbuhan industri perbankan syariah, bank syariah bersaing ketat dengan bank konvensional untuk menarik minat masyarakat menggunakan bank syariah. Kegiatan pemasaran merupakan suatu kebutuhan utama dan suatu keharusan untuk meningkatkan jumlah *market share* perbankan syariah yang saat ini masih jauh dengan bank konvensional berdasarkan data yang tercatat oleh OJK. Dengan kecanggihan teknologi, bank syariah dapat melakukan melakukan strategi pemasaran melalui *digital marketing* instagram. Selain melakukan pemasaran, hal yang harus diperhatikan oleh bank syariah ialah menciptakan *brand image* yang positif, jika bank syariah memiliki *brand image* positif yang kuat akan dengan mudah mempengaruhi calon nasabah untuk menggunakan bank syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* instagram dan *brand image* terhadap minat nasabah menggunakan bank syariah pada nasabah Bank Muamalat KCP Sumber. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah melalui penyebaran kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Kemudian diuji analisis data dengan menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 21.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan *digital marketing* instagram terhadap minat nasabah menggunakan bank syariah, kemudian variabel *brand image* juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan bank syariah. Secara simultan pengaruh variabel *digital marketing* instagram dan *brand image* memberikan kontribusi sebesar 42,4% terhadap minat nasabah menggunakan bank syariah, dan sisanya sebesar 57,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Digital Marketing* Instagram, *Brand Image*, Bank Syariah

ABSTRACT

Dea Novitasari. NIM: 1808203196, “The Influence of Digital Marketing Instagram and Brand Image on Customer Interest in Using Sharia Banks for Bank Muamalat KCP Sumber Customers”, 2022 Thesis.

Along with the development and growth of the Islamic banking industry, Islamic banks are competing with conventional banks to attract public interest in using Islamic banks. Marketing activities are a major requirement and a necessity to increase the market share of Islamic banking which is currently still far from conventional banks based on data recorded by the OJK. With technological sophistication, Islamic banks can carry out marketing strategies through digital marketing Instagram. In addition to doing marketing, the thing that must be considered by Islamic banks is to create a positive brand image, if Islamic banks have a strong positive brand image it will easily influence prospective customers to use Islamic banks.

This study aims to determine the effect of digital marketing Instagram and brand image on customer interest in using Islamic banks on customers of Bank Muamalat KCP Sumber. This study uses a quantitative approach with a sample size of 100 respondents. The data collection technique used is through the distribution of questionnaires, observation, and documentation. Then the data analysis was tested using research instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, and hypothesis testing with the help of the IBM SPSS version 21 application.

Based on the research that has been done, it shows that partially there is a positive and significant effect of digital marketing Instagram on customer interest in using Islamic banks, then the brand image variable also has a positive and significant effect on customer interest in using Islamic banks. Simultaneously, the influence of digital marketing Instagram variables and brand image contributes 42.4% to customer interest in using Islamic banks, and the remaining 57.6% can be explained by other variables outside of this study.

Keywords: Digital Marketing Instagram, Brand Image, Islamic Bank

ملخص

Dea Novitasari. NIM: 1808203196 ، "تأثير التسويق الرقمي على استغرام وصورة العلامة التجارية على اهتمام العملاء باستخدام البنوك الشرعية لعملاء بنك "Muamalat KCP Sumber، 2022 أطروحة إلى جانب تطور ونمو صناعة الصيرفة الإسلامية ، تتنافس البنوك الإسلامية مع البنوك التقليدية لجذب اهتمام الجمهور باستخدام البنوك الإسلامية. تعتبر أنشطة التسويق مطلبًا رئيسيًا وضرورة لزيادة الحصة السوقية للخدمات المصرفية الإسلامية التي لا تزال بعيدة عن البنوك التقليدية بناءً على البيانات المسجلة من قبل OJK. مع التطور التكنولوجي ، يمكن للبنوك الإسلامية تنفيذ استراتيجيات التسويق من خلال التسويق الرقمي استغرام . بالإضافة إلى القيام بالتسويق ، فإن الشيء الذي يجب على البنوك الإسلامية مراعاته هو خلق صورة إيجابية للعلامة التجارية ، إذا كانت للبنوك الإسلامية صورة علامة تجارية إيجابية قوية ، فمن السهل أن تؤثر على العملاء المحتملين لاستخدام البنوك الإسلامية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير التسويق الرقمي على استغرام وصورة العلامة التجارية على اهتمام العملاء باستخدام البنوك الإسلامية على عملاء بنك Muamalat KCP Sumber. تستخدم هذه الدراسة نهجًا كميًا مع حجم عينة من ١٠٠ مستجيب. تقنية جمع البيانات المستخدمة هي من خلال توزيع الاستبيانات والملاحظة والتوثيق. ثم تم اختبار تحليل البيانات باستخدام اختبارات أدوات البحث ، واختبارات الافتراض الكلاسيكية ، واختبارات الانحدار الخطي المتعددة ، واختبار الفرضيات بمساعدة تطبيق IBM SPSS الإصدار ٢١. بناءً على البحث الذي تم إجراؤه ، يُظهر أن هناك جزئيًا تأثير إيجابي وهام للتسويق الرقمي استغرام على اهتمام العملاء باستخدام البنوك الإسلامية ، ومن ثم فإن متغير صورة العلامة التجارية له أيضًا تأثير إيجابي وهام على اهتمام العملاء باستخدام البنوك الإسلامية. البنوك. في الوقت نفسه ، يساهم تأثير متغيرات التسويق الرقمي في استغرام وصورة العلامة التجارية بنسبة ٤٢.٤٪ في اهتمام العملاء باستخدام البنوك الإسلامية ، ويمكن تفسير نسبة ٥٧.٦٪ المتبقية من خلال متغيرات أخرى خارج هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: التسويق الرقمي على استغرام ، صورة العلامة التجارية ، البنك الإسلامي

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* INSTAGRAM DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN BANK SYARIAH
(Studi Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Sumber)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

Dea Novitasari

NIM 1808203196

Pembimbing:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Rita Kusumadewi SE, M.M

NIP. 19840422 201101 2 018

Nining Wahyuningsih SE, MM

NIP. 19730930 200710 2 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Dr. Saifulloh, M.Ag

NIP.19760312 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
di
Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/Dea Novitasari, NIM 1808203196 dengan judul **"PENGARUH DIGITAL MARKETING INSTAGRAM DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN BANK SYARIAH"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di Munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Rita Kusumadewi SE., M.M

Nining Wahyuningsih SE., MM

NIP. 19840422 201101 2 018

NIP. 19730930 200710 2 001

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Eef Saifullah, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

v

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "PENGARUH *DIGITAL MARKETING* INSTAGRAM DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN BANK SYARIAH". Oleh Dea Novitasari NIM: 1808203196, telah diajukan dalam sidang munaqosyah di Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 25 Mei 2022.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada Institut Agama Islam Syekh Nurjati Cirebon.



PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dea Novitasari
NIM : 1808203196
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 11 November 2000
Alamat : Blok desa Rt 02 Rw 02 Desa Serang Kecamatan
Klangenan Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “**PENGARUH DIGITAL MARKETING INSTAGRAM DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN BANK SYARIAH**” ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah saya kutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siapa menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau adanya klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 21 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



DEA NOVITASARI

NIM. 1808203196

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

*Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang Karya Ini
Saya Persembahkan*

**Teruntuk sepasang mutiara hati, bapak dan mamah tercinta
(Bapak Kurdi dan Ibu Siti Khodijah)**

*Yang selalu memancarkan sinar kasih sayang yang tak pernah usai dalam
mengayomi, mendidik, mendo'akan dan mengasihi serta membiayaiku dengan
setulus hati. Terimakasih untuk semua hal yang tidak akan pernah habis tertulis
dengan kata.*

**Kakak dan adikku tersayang
(Devi dan Destya)**

Yang selalu memberikan kebahagiaan dan keceriaan dalam hidupku

Para guru tercinta sedari masa sekolah sampai kuliah

*Yang telah memberikan penulis banyak sekali ilmu yang mudah-mudahan dapat
bermanfaat untuk penulis dan orang-orang disekitar penulis sekarang dimasa
yang akan datang*

Teman-teman seperjuangan

*Yang telah memberikan cerita perjalanan karir pendidikan saya yang pernah ada
untuk menemani saya dan terus memberikan bantuan dan motivasi terkhusus
teman-teman kelas PS-E angkatan 2018, serta teman-teman lainnya yang tidak
dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih sudah mengajarkan banyak hal
kepada saya. Semoga kita semua mendapat yang terbaik untuk masa depan kita.*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Dea Novitasari, perempuan yang lahir di Cirebon pada tanggal 11 November 2000. Merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara yang lahir dari pasangan suami istri Bapak Kurdi dan Ibu Siti Khodijah. Penulis bertempat tinggal di Blok Desa Rt 02 Rw 02 Desa Serang Kecamatan Klagenan Kabupaten Cirebon.

Penulis menyelesaikan pendidikan formal pada:

1. Tahun 2005 – 2006 TK Budhi Sakti Serang
2. Tahun 2006 – 2012 SD Negeri 4 Serang
3. Tahun 2012 – 2015 SMP Negeri 3 Palimanan
4. Tahun 2015 – 2018 SMA Negeri 1 Jamblang
5. Tahun 2018 – 2022 Melanjutkan ke Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati (IAIN) Cirebon pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Jurusan Perbankan Syariah.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



MOTO HIDUP

*“Jangan hanya berterima kasih kepada Allah ketika semuanya berjalan baik,
terima kasih kepada-Nya bahkan ketika segala sesuatunya terasa sulit”*



KATA PENGANTAR



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَإِلَيْهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَا بَعْدُ

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesehatan serta kesempatan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing* Instagram dan *Brand Image* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Sumber”. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, tak lupa kepada keluarganya, sahabatnya, para tabi'in tabiatnya, serta kepada kita semua selaku umatnya yang semoga selalu taat dan patuh pada ajarannya, *Aaamiin*.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil dari berbagai pihak. Terutama terima kasih kepada kedua orang tua saya Ibu Siti Khodijah dan Bapak Kurdi yang senantiasa mendoakan serta mendukung dalam berbagai sisi positif, sehingga dapat menyelesaikan penulisan ini. Penyusunan skripsi ini juga tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari pihak lain. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Aan Djaelani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Eef Saefulloh M.Ag selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Dr. Rita Kusumadewi, MM selaku pembimbing skripsi I yang telah memberikan arahan dan bimbingan serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Nining Wahyuningsih, MM selaku pembimbing skripsi II yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Abdul Fatakh, M.Hum selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing selama menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
7. Segenap dosen dan staf jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon, yang telah memberikan ilmu serta pelayanannya dengan ikhlas selama penulis menempuh studi.
8. Kakak tercinta Devi Meryanti, S.pd dan Adik tercinta Destya Julyanti yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a.
9. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2018, khususnya keluarga besar Perbankan Syariah E, yang selama 4 tahun bersama menjalani studi.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu dan mendukung yang mana tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Atas segala kebaikan dan bantuan yang sudah dilakukan, penulis tidak bisa membalasnya, semoga Allah Swt yang membalasnya dengan yang berlipat ganda. Dan menjadi ladang pahala di akhirat. Dengan segala kerendahan dan bantuannya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, karena kesempurnaan hanya dimiliki oleh Allah Swt. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi para pembaca dan dapat menjadi kontribusi bagi para pihak yang terkait.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Cirebon, 21 Februari 2022

Penulis,

Dea Novitasari

NIM. 1808203196

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
ملخص.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI.....	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	ix
MOTO HIDUP.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
A. <i>Digital Marketing</i> Instagram	10
B. <i>Brand Image</i>	21
C. Minat.....	28
D. Penelitian Terdahulu.....	33
E. Kerangka Pemikiran	36
F. Hipotesis Penelitian	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
A. Sasaran, Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
C. Sumber Data	40
D. Populasi dan Sampel.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Definisi Operasional Variabel	42
G. Instrumen Penelitian.....	45
H. Teknik Analisis Data	46
I. Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
J. Uji Hipotesis.....	48
K. Koefisien Determinasi	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Bank Muamalat.....	50
B. Karakteristik Responden	56
C. Analisis Deskriptif.....	59
D. Analisis Instrumen.....	65
E. Uji Asumsi Klasik	68
F. Uji Regresi Linier Berganda.....	71
G. Uji Hipotesis.....	74
H. Uji Koefisien Determinasi.....	77
I. Pembahasan Penelitian	78
J. Analisis Ekonomi	84
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Perkembangan Aset, PYD dan DPK.....	2
Tabel 1. 2 Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2019 - 2020.....	4
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	43
Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban dan Pedoman Nilai Skor	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Variabel <i>Digital Marketing</i> Instagram.....	60
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Variabel <i>Brand Image</i>	62
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Variabel Minat	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i> Instagram.....	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Minat	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 , X_2 dan Y	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4. 16 Hasil Uji Pengaruh Individual.....	73
Tabel 4. 17 Hasil Uji t.....	74
Tabel 4. 18 Hasil Uji F.....	76
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

	.Halaman
Gambar 1. 1.....	2
Gambar 1. 2.....	4
Gambar 2. 1.....	37
Gambar 4. 1.....	53
Gambar 4. 2.....	61
Gambar 4. 3.....	63
Gambar 4. 4.....	65
Gambar 4. 5.....	69
Gambar 4. 6.....	71
Gambar 4. 7.....	87



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Penyebaran Angket
- Lampiran 3 Output Olah Data SPSS
- Lampiran 4 Tabel R
- Lampiran 5 Tabel t
- Lampiran 6 Tabel F
- Lampiran 7 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 8 SK Penelitian
- Lampiran 9 Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 10 Kartu Bimbingan
- Lampiran 11 Dokumentasi



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya. Menurut Kamus Besar Indonesia, transliterasi atau alih huruf adalah penggantian huruf dari huruf abjad yang satu ke abjad yang lain (terlepas dari lafal bunyi kata yang sebenarnya). Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P & K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡ a	ṡ	es(dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ a	ḥ	ha(dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	ṣ	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣ a	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍ ad	ḍ	de(dengan titik dibawah)
ط	ṭ a	ṭ	te(dengan titik dibawah)
ظ	ẓ a	ẓ	zet(dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	ـ'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkal atau *difong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ = *kataba*
 سُوِّلَ = *su'ila*
 حَسُنَ = *hasuna*

2. Tunggal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يـَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وـَ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ = *kaifa*
 قَوْلَ = *qaula*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يا	fathah dan alif / ya	Ā	a dan garis atas
ي	fathah dan ya	I	i dan garis atas
ؤ	dammah dan wau	Ū	u dan garis atas

Contoh :

قَالَ سُبْحَانَكَ = *qala subhanaka*

إِذْ قَالَ يُوسُفُ لِأَبِيهِ = *iz qala yusufu li abihi*

D. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

1. Ta Marbutah Hidup

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta Marbutah Mati

Ta Marbutah yang mati atau mendapat *harakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Apabila pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan /h/.

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ = *raudah al-atfal* atau *raudatul atfal*

طَلْحَةُ = *talhah*

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *sayaddah* atau *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddah* itu.

Contoh :

رَبَّنَا = *rabbana*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan ا . Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang

yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata Sandang yang diikuti Huruf *Syamsiah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu: Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu:

1.	ت	T	8.	ش	Sy
2.	ث	Ṣ	9.	ص	ṣ
3.	د	D	10.	ض	d
4.	ذ	Ẓ	11.	ط	t
5.	ر	R	12.	ظ	ẓ
6.	ز	Z	13.	ل	L
7.	س	S	14.	ن	N

Contoh :

أَلدَّهْرُ = *ad-dahru* أَلشَّمْسُ = *asy-syamsu*
 أَلنَّمْلُ = *an-namlu* أَللَّيْلُ = *al-lailu*

2. Kata Sandang yang diikuti Oleh Huruf *Qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya. Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu:

1.		a, i, u	8.	ف	F
2.	ب	B	9.	ق	Q
3.	ج	J	10.	ك	K
4.	ح	h	11.	م	M
5.	خ	Kh	12.	و	W
6.	ع	'	13.	ه	H
7.	غ	G	14.	ي	Y

Contoh :

أَلْقَمَرُ = *al-qamaru* أَلْفَقْرُ = *al-faqru*
 أَلْغَيْبُ = *al-gaibu* أَلْأَيْنُ = *al-'ainu*

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh :

سَيِّئٌ	=	syai'un	أُمِرْتُ	=	umirtu
إِنَّ	=	inna	أَكَلٌ	=	akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fill* (kata kerja), *isim* (kata benda), dan *haraf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh :

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	=	ibrahim al Khalil atau Ibrahimul-Khalil
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمُرْسَاهَا	=	Bissmillahi majraha wa mursaha

I. Penulisan Huruf Kapital

Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang. Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	=	Wa ma Muhammad illa rasul
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	=	Alhamdu lillahi rabbil-'alamin

Penggunaan huruf kapital untuk Allah berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian. kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga huruf dan harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan. Contoh :

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	=	Lillahi al-amru jami'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	=	Wallahu bi kulli syai'in 'alim

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk maksud ini pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Quran tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep. Pedoman praktis tajwid Al-Quran ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab-Latin.