



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH
INDONESIA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN**

(Survey pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di KCP Jakarta
Kedoya)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Disusun Oleh:

YUNITA

LESTARI

44222110003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA BARAT**

2026



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH
INDONESIA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN**

**(Survey pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di KCP Jakarta
Kedoya)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh:

YUNITA LESTARI

44222110003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA BARAT**

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yunita Lestari
NIM : 44222110003
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia Terhadap Citra Perusahaan (Survey pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di KCP Jakarta Kedoya)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 04 Juli 2026



Yunita Lestari

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : YUNITA LESTARI
NIM : 44222110003
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Bidang Studi : PUBLIC RELATIONS

Dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (SURVEY PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI KCP JAKARTA KEDOYA)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 06 Juli 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 30%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 06 Juli 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yunita Lestari

NIM : 44222110003

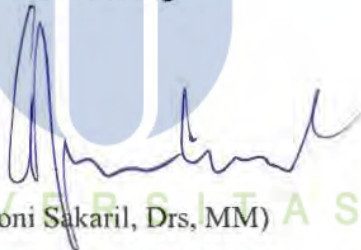
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia Terhadap Citra Perusahaan (Survey pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di KCP Jakarta Kedoya)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 27 Juni 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Gufroni Sakaril, Drs, MM)

NIDN/NUPTK: 0322026601

Jakarta, 04 Juli 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan Rahmat-Nya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (Survey pada nasabah Bank Syariah Indonesia di KCP Jakarta Kedoya)”** tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat selesai.

Ucapan terima kasih tak cukup jika hanya ditulis dalam kata. Namun, izinkan peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Gufroni Sakaril, S.Sos.M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing peneliti dengan penuh kesabaran, memberikan arahan, semangat, dukungan, tenaga, dan meluangkan waktu. Sehingga dapat membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Novi Erlita, MA, selaku Sekretaris Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Ibu tercinta Aisah dan Ayah tercinta Aryanto yang telah memberikan motivasi, doa, dan dukungannya kepada penulis untuk

menyelesaikan proposal tugas akhir skripsi ini.

8. Sahabat penulis, yaitu Muhammad Rifki Khoirul Anam yang telah memberikan semangat kepada penulis.
9. Yang terkasih, teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian proposal tugas akhir skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih.
10. Terakhir, Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada diri sendiri, Yunita Lestari. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan tugas akhir ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan proposal ini. Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini berguna bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 April 2026

Yunita Lestari
44222110003

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yunita Lestari

NIM : 44222110003

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia terhadap
Citra Perusahaan (Survey Pada Nasabah Bank Syariah
Indonesia Di Kcp Jakarta Kedoya)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta 07 Juli 2026

Yang Menyatakan,


A9B9CAOX004156790
(Yunita Lestari)

ABSTRAK

Nama : Yunita Lestari

NIM 44222110003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia Terhadap Citra Perusahaan (Survey pada nasabah Bank Syariah Indonesia di KCP Jakarta Kedoya)

Pembimbing : Gufroni Sakaril, S.Sos.M.M

Persaingan industri perbankan syariah yang semakin ketat menuntut bank untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik guna membangun citra perusahaan yang positif di mata nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Kedoya.

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada konsep Kotler dalam Ruslan (2018) yang terdiri atas dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*, sedangkan citra perusahaan mengacu pada konsep Ruslan (2018) serta Firdausia dan Yunus (2021) yang meliputi *personality*, *reputation*, *value*, dan *corporate identity*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner tertutup kepada 71 nasabah aktif yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*, dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0,523 dan koefisien determinasi 24,3%, yang berarti kualitas pelayanan mampu menjelaskan 24,3% variasi citra perusahaan, sedangkan 75,7% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan analisis dimensi, *responsiveness* (ketanggapan) merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling menonjol dalam membentuk citra perusahaan di mata nasabah. Penelitian ini menyarankan agar BSI KCP Jakarta Kedoya meningkatkan pelayanan prima terutama pada aspek empati dan konsistensi solusi layanan untuk memperkuat citra perusahaan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, *Public Relations*, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

Name : Yunita Lestari

NIM 44222110003

Study Program : Ilmu Komunikasi

Thesis Tittle : Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia Terhadap Citra Perusahaan (Survey pada nasabah Bank Syariah Indonesia di KCP Jakarta Kedoya)

Consellor : Gufroni Sakaril, S.Sos.M.M

The increasingly intense competition in the Islamic banking industry requires banks to provide high service quality in order to build a positive corporate image in the eyes of customers. This study aims to determine the effect of service quality on corporate image among customers of Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Kedoya.

Service quality in this study refers to Kotler's concept in Ruslan (2018), which consists of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles, while corporate image refers to Ruslan (2018) as well as Firdausia and Yunus (2021), which include personality, reputation, value, and corporate identity. This research employs a quantitative approach with a survey method using a closed-ended questionnaire distributed to 71 active customers selected through purposive sampling, and the data are analyzed using simple linear regression with the assistance of SPSS version 26.

The results show that service quality has a positive and significant effect on corporate image, with a regression coefficient of 0.523 and a coefficient of determination of 24.3%, indicating that service quality explains 24.3% of the variance in corporate image, while the remaining 75.7% is influenced by other factors beyond this study. Dimensional analysis further reveals that responsiveness is the most prominent dimension of service quality in shaping the corporate image in the perception of customers. This study recommends that BSI's Jakarta Kedoya Branch improve its customer service, particularly in terms of empathy and the consistency of service solutions, to strengthen the company's image.

Keywords: Service Quality, Corporate Image, Public Relations, Bank Syariah Indonesia.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTARK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoretis	19
2.2.1 Komunikasi Organisasi	19
2.2.2 Public Relations	21
2.2.3 Customer Relations	24
2.2.4 Kualitas Pelayanan	25
2.2.5 Citra Perusahaan	27
2.3 Hipotesis Teori.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31

3.2	Metode Penelitian	31
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.3.1	Populasi	31
3.3.2	Sampel	32
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	34
3.4	Definisi dan Operasional konsep	34
3.4.1	Definisi Konsep	34
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1	Data Primer	38
3.5.2	Data Sekunder	39
3.5.3	Uji Validitas	38
3.5.4	Uji Reliabilitas	42
3.5.5	Analisis Deskriptif	45
3.5.6	Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.2	Profil Bank Syariah Indonesia (BSI)	50
4.2	Hasil Penelitian	51
4.2.2	Statistik Deskriptif	51
4.2.2.3	Variabel Terikat (Y) Citra Perusahaan	58
4.2.3	Uji Validitas Instrumen	64
4.2.4	Uji Reliabilitas Instrumen	65
4.2.5	Uji Normalitas	66
4.2.6	Uji Regresi Linear Sederhana	66
4.2.7	Uji t	67
4.2.8	Uji Koefisien Determinasi	68
4.3	Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	74
5.2.1	Saran Akademis	74
5.2.2	Saran Praktis	74

Daftar Pustaka.....	76
LAMPIRAN	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Google Review BSI KCP Jakarta Kedoya	4
--	---



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	35
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	39
Tabel 3.5 Tabel Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden.....	41
Tabel 3.6 Rumus Kategorisasi.....	42
Tabel 3.7 Uji Validitas X.....	43
Tabel 3.8 Uji Validitas Y.....	43
Tabel 3.9 Tingkat Realiabilitas.....	45
Tabel 4.0 Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.1 Usia Responden.....	52
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4.4 BSI memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai dengan yang dijanjikan.....	54
Tabel 4.5 Prosedur transaksi di BSI berjalan dengan akurat dan minim kesalahan teknis.....	54
Tabel 4.6 Karyawan BSI selalu siap membantu ketika saya mengalami kesulitan dalam bertransaksi.....	55
Tabel 4.7 Informasi mengenai produk dan layanan diberikan secara cepat oleh pihak bank.....	56
Tabel 4.8 karyawan BSI sigap memberikan informasi produk dan layanan kepada nasabah.....	56
Tabel 4.9 Saya merasa aman dan percaya melakukan transaksi finansial di BSI.....	57
Tabel 4.10 Karyawan BSI memberikan perhatian secara personal kepada setiap kebutuhan nasabah.....	57
Tabel 4.11 Jam operasional dan akses layanan BSI sangat memudahkan kepentingan saya sebagai nasabah.....	58
Tabel 4.12 Fasilitas fisik (gedung, ruang tunggu, ATM) BSI terlihat bersih dan nyaman.....	58
Tabel 4.13 Karyawan BSI berpenampilan rapi dan profesional dalam melayani nasabah.....	59
Tabel 4.14 BSI dikenal sebagai bank yang memiliki karakter religius dan amanah.....	59

Tabel 4.15 Pelayanan BSI mencerminkan sikap yang ramah dan bersahabat kepada semua golongan.....	60
Tabel 4.16 BSI memiliki nama baik di mata masyarakat dibandingkan bank syariah lainnya.....	60
Tabel 4.17 Saya sering mendengar testimoni positif mengenai kinerja BSI dari orang lain	61
Tabel 4.18 Prinsip bagi hasil dan keadilan di BSI memberikan nilai tambah bagi saya	61
Tabel 4.19 BSI menunjukkan kepedulian sosial melalui program-program yang bermanfaat bagi umat.....	62
Tabel 4.20 Logo dan atribut visual BSI sangat mudah dikenali dan memberikan kesan modern.....	62
Tabel 4.21 Slogan atau kampanye yang dilakukan BSI mencerminkan identitas perbankan syariah yang kuat	63
Tabel 4.22 Secara keseluruhan, kualitas pelayanan BSI membuat saya memiliki pandangan positif terhadap bank ini	63
Tabel 4.23 Saya merasa bangga menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena citranya yang baik	64
Tabel 4.24 Nilai Mean dan Kategori Dimensi Kualitas Pelayanan (X)	64
Tabel 4.2.5 Nilai Mean dan Kategori Dimensi Citra Perusahaan (Y).....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pelatihan	80
Lampiran 2 Karakteristik Responden	84
Lampiran 3 Tabulasi Data Instrumen Penelitian Variabel X dan Y	86
Lampiran 4 Hasil Output SPSS Kuesioner Variabel X dan Y	92
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y	98
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	101
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	102
Lampiran 8 Hasil Koefisien Determinasi	102
Lampiran 9 Hasil Uji T	102
Lampiran 10 Tabel R Hitung dan Tabel T Hitung	103
Lampiran 11 Pernyataan Similarity Check	106
Lampiran 12 Curriculum Vitae (CV)	107

