

**PENGARUH MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM)
TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PT BNI (PERSERO) CABANG DEMPO PALEMBANG**



SKRIPSI

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Pada Jurusan
Adminstrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**M AUDY ZIDAN
NPM 061640632038**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PRODI MANAJEMEN BISNIS
2020**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM)
TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PT BNI (PERSERO) CABANG DEMPO PALEMBANG**



SKRIPSI

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Pada Jurusan
Adminstrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**M AUDY ZIDAN
NPM 061640632038**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Dr. Neneng Miskiyah, S.E., M.Si
NIP 197312281996032002**

**Palembang, Agustus 2020
Pembimbing II**

**Hendra Sastrawinata, SE., M.M
NIP 197208182003121002**

Mengetahui,

**Ketua Program Studi D IV
Manajemen Bisnis**

**Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M
NIP 197504212001122001**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Audy Zidan
NPM : 061640632038
Program Studi : Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Loyalitas Nasabah PT BNI Persero Cabang Dempo Palembang

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Skripsi ini bukanlah plagiat/salinan skripsi milik orang lain.
3. Apabila skripsi saya plagiat/menyalin skripsi milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Agustus 2020

Pembuat Pernyataan



M. Audy Zidan

NPM 061640632038



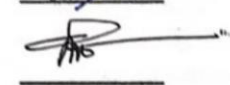
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : M. Audy Zidan
NPM : 061640632038
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D IV Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Media Sosial (Instagram)
Terhadap Loyalitas Nasabah
PT BNI (Persero) Cabang Dempo Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi D IV Manajemen Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jumat
Tanggal: 2 Oktober 2020

TIM PENGUJI

<u>No</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Rini, S.E., MAB		<u>2 Oktober 2020</u>
2.	Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si		<u>2 Oktober 2020</u>
3.	Hendra Sastrawinata, SE.,M.M		<u>2 October 2020</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Semua orang tidak perlu menjadi malu karena pernah berbuat kesalahan, selama ia menjadi lebih bijaksana daripada sebelumnya.”

-Alexander Pope-

”Sebaik-baiknya ilmu, adalah ilmu yang berguna dan bermanfaat.”

-M Audy zidan-

Saya Persembahkan Untuk:

- *Kedua Orang Tua Tercinta*
- *Saudara-saudaraku tersayang*
- *Dosen Pembimbing terhormat*
- *Teman seperjuangan*
8 MBB Angkatan 2016
- *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat serta inayah-Nya, yang karena-Nya, penulis diberikan kekuatan dan kesabaran untuk menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BNI Persero Cabang Dempo Palembang”.

Adapun pengajuan skripsi ini ditujukan sebagai pemenuhan syarat menyelesaikan pendidikan sarjana terapan di program studi manajemen bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Lewat penyusunan skripsi ini tentunya penulis mengalami beberapa hambatan, tantangan serta kesulitan, namun karena binaan dan dukungan dari semua pihak, akhirnya semua hambatan tersebut dapat teratasi.

Melalui penyusunan skripsi ini tentunya penulis sadar akan banyak ditemukan kekurangan pada laporan ini. Baik itu dari segi kualitas maupun dari segi kuantitas bahan observasi yang penulis tampilkan dengan sepuh hati, penulis pun sadar bahwa skripsi ini masih penuh dengan kekurangan dan keterbatasan, oleh sebab itu penulis memerlukan saran serta kritik yang membangun yang dapat menjadikan skripsi ini lebih baik.

Selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada segenap pihak yang telah memberikan dukungan, baik itu berupa bantuan, doa maupun dorongan, dan beragam pengalaman selama proses penyelesaian penulisan skripsi ini.

Terakhir, tentunya penulis berharap setiap bantuan yang telah diberikan oleh segenap pihak dapat menjadi ladang kebaikan. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi kemajuan pendidikan usia dini.

Palembang, Agustus 2020

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, bantuan, dorongan dan saran serta doa dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T. Selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., MAB. Selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M Selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dr. Dewi Fadilla, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Neneng Miskiyah, S.E., M.Si. Selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, motivasi, doa dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Hendra Sastrawinata, SE., M.M Selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, motivasi, doa dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen, karyawan dan staf jurusan Administrasi Bisnis
8. Orang tua dan saudara-saudara yang telah memberikan doa, pengarahan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Teman seperjuangan selama skripsi Dara Putri dan teman Manajemen Bisnis angkatan 2016 yang telah memberikan arahan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan rahmat-Nya atas segala kebaikan dalam membantu penyelesaian skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Palembang, Agustus 2020
Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh media sosial instagram terhadap loyalitas nasabah PT BNI Persero Cabang Dempo Palembang. Media sosial tersebut terdiri dari dua variabel yaitu kemudahan dan kepercayaan. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui kemudahan mengakses media sosial instagram 2) mengetahui pengaruh kepercayaan media sosial instagram terhadap loyalitas nasabah. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BNI cabang dempo Palembang sebanyak 89 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner sedangkan teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda dan uji statistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kemudahan mengakses media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini ditunjukkan nilai korelasi sebesar 0,431 dan t_{hitung} sebesar 4,921 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,987. 2) Kepercayaan media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini ditunjukkan nilai korelasi sebesar 0,291 dengan t_{hitung} sebesar 4,289 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,987..

Kata kunci: Kemudahan, Kepercayaan, loyalitas

ABSTRACT

This study examines the influence of social media Instagram on customer loyalty at PT BNI Persero Cabang Dempo Palembang. Social media consists of two variables, namely ease and trust. This study aims to 1) determine the ease of accessing Instagram social media 2) determine the effect of Instagram social media trust on customer loyalty. The sample in this study was 89 customers of BNI dempo Palembang branch with the sampling technique using random sampling method. The data collection technique used a questionnaire, while the analysis technique used multiple linear regression analysis and statistical tests. The results of this study indicate that: 1) the ease of accessing Instagram social media has a positive and significant effect on customer loyalty. This is indicated by the correlation value of 0.431 and tcount of 4.921 is greater than t table of 1.987. 2) Instagram social media trust has a positive and significant effect on customer loyalty. This is indicated by the correlation value of 0.291 with tcount of 4.289 greater than t table of 1.987.

Key words: Ease, trust, loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Media Sosial	6
2.1.2 Ciri-ciri Media Sosial	7
2.1.3 Karakteristik Media Sosial	8
2.1.4 Klasifikasi Media Sosial	10
2.1.5 Fungsi Media Sosial	11

2.1.6 Instagram	12
2.1.7 Fitur-fitur yang terdapat di Instagram.....	13
2.1.8 Kemudahan	17
2.1.9 Kepercayaan.....	18
2.1.10 Loyalitas.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pikir	24
2.4 Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	25
3.2 Jenis dan Sumber Data	25
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Teknik Analisis	27
3.6 Definisi Operasional Variabel	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif	34
4.1.1 Gambaran Umum Responden	34
4.1.2 Rekapitulasi Hasil Jawaban	38
4.1.3 Uji Instrumen	42
4.1.3.1 Uji Validitas	42
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	43
4.1.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	44
4.1.3.4 Uji T	46
4.1.3.5 Uji F	47
4.1.3.6 Koefisien Determinasi.....	47
4.2 Pembahasan	48
4.2.1 Pengaruh Kemudahan Media Sosial Instagram Terhadap Loyalitas Nasabah	49
4.2.2 Pengaruh Kepercayaan Media Sosial Instagram Terhadap Loyalitas Nasabah	50

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52

DAFTAR PUSTAKA	53
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skala Likert.....	29
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	35
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah ...	37
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	37
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kemudahan Media Sosial Instagram.....	38
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kepercayaan Media Sosial Instagram.....	40
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Media Sosial Instagram.....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji f.....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determenasi	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Digital Tahunan	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Pengguna Media Sosial.....	2
Gambar 1.3 Akun Instagram Resmi BNI.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 2 Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4 Lembar Kuesioner
- Lampiran 5 Lembar Hasil Uji Kuesioner
- Lampiran 6 Lembar Tabulasi Hasil Jawaban Kuesioner
- Lampiran 7 Lembar R Tabel
- Lampiran 8 Lembar t Tabel
- Lampiran 9 Lembar f Tabel