

**PENGARUH *CO-BRANDING* TERHADAP IKATAN EMOSIONAL  
SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS NASABAH  
(STUDI PADA NASABAH KARTU DEBET PERMATA BANK SYARIAH  
PADA ANGGOTA PERSIB *SUPPORTERS* KOTA BANDUNG)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh :

**HAFID JALALUDIN**  
**NIM. 15820123**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2019**



### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Hafid Jalaludin

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Hafid Jalaludin

NIM : 15820123

Judul Skripsi : "Pengaruh *Co-Branding* Terhadap Ikatan Emosional Serta Implikasinya pada Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Kartu Debet Permata Bank Syariah pada Anggota *Persib Supporters* Kota Bandung)"

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 17 Rajab 1440 H  
24 Maret 2019

Pembimbing,

  
Dian Nuriyah Solissa, SHI., M.Si

NIP. 198402162009122004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. MarsdaAdisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117  
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : Nomor : B-1266 / Un.02/ DEB/ PP.00.9/05/ 2019

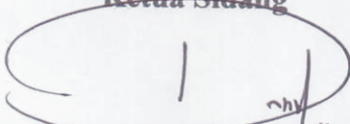
Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH CO-BRANDING TERHADAP IKATAN EMOSIONAL  
SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS NASABAH (STUDI  
PADA NASABAH KARTU DEBET PERMATA BANK SYARIAH  
PADA ANGGOTA PERSIB SUPPORTERS KOTA BANDUNG)”

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Hafid Jalaludin  
NIM : 15820123  
Telah dimunaqasyahkan pada : Jumat, 12 April 2019  
Nilai Munaqasyah : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta.

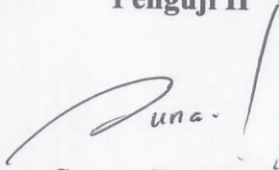
**TIM MUNAQASYAH**  
**Ketua Sidang**

  
**Dian Nuriyah Solissa, SHI., M.Si**  
**NIP. 198402162009122004**

**Penguji I**

  
**Joko Setyono, S.E., M.Si.**  
**NIP. 19730702 200212 1 003**

**Penguji II**

  
**Sunarsih, S.E., M.Si**  
**NIP. 197409111999032001**

Yogyakarta, 2 Mei 2019

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dekan,



  
**Dr. H. Syafig Mahmadah Hanafi, M.Ag**  
**NIP. 19670518 199703 1 003**



## SYARAT PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hafid Jalaludin  
NIM : 15820123  
Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Co-Branding Terhadap Ikatan Emosional Serta Implikasinya pada Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Kartu Debet Permata Bank Syariah pada Anggota Persib Supporters Kota Bandung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam bodynote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 17 Rajab 1440 H  
24 Maret 2019  
Penyusun



**Hafid Jalaludin**

**NIM. 15820123**



**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Hafid Jalaludin

NIM: 15820123

Jurusan/ Program Studi: Perbankan Syariah

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh *Co-Branding* Terhadap Ikatan Emosional Serta Implikasinya pada Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Kartu Debet Permata Bank Syariah pada Anggota Persib *Supporters* Kota Bandung)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, 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.

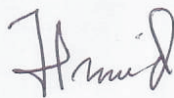
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada Tanggal: 17 Rajab 1440 H

24 Maret 2019

Yang Menyatakan,



(Hafid Jalaludin)

## **HALAMAN MOTTO**

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”

(Al-Insyirah:6-7)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, sholawat serta salam, semoga selalu tercurah kepada baginda kita, nabi agung Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Abah K.H. Haerudin dan Ibu Hj. Siti Khodijah, kaka pertama Entis Sutisna yang menjadi tulang punggung keluarga, kakak kedua Rohman Dayani dan adik Eneng Diah, Nurlaelah, Ipah Nispah Sopiah, Zaenal Mutaqin.

Abah K.H. Fairuzi Afiq Alha dan Bunyai Mukharromah selaku Pengasuh Pondok Pesantren AL-Munawwir Komplek Nurussalam beserta Dzhuriah K.H. Dalhar Munawwir, terima kasih telah memberikan do'a, cinta, dukungan, serta pengorbanan. Hanya balas do'a yang bisa putramu panjatkan, dan beribu-ribu maaf atas segala sikap, tingkah laku, serta tutur kata yang khilaf.

Rekan-rekan seperjuangan dalam Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Nurussalam dan rekan-rekan Seperjuangan dalam Himpunan Keluarga dan Mahasiswa Pandeglang-Yogyakarta (HIKMAPY).

Keluarga besar Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2015

Beserta Almamater tercinta

**UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Keterangan                 |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan         |
| ب          | Bā'  | B                  | Be                         |
| ت          | Tā'  | T                  | Te                         |
| ث          | Śā'  | Ś                  | Es (dengan titik di atas)  |
| ج          | Jim  | J                  | Je                         |
| ح          | Ha'  | H                  | Ha (dengan titik di bawah) |
| خ          | Kha' | Kh                 | Ka dan ha                  |
| د          | Dal  | D                  | De                         |
| ذ          | Zal  | Z                  | Zet (dengan titik di atas) |
| ر          | Ra'  | R                  | Er                         |
| ز          | Zai  | Z                  | Zet                        |
| س          | Sin  | S                  | Es                         |
| سین        | Syin | Sy                 | Es dan Ye                  |
| ك          | Sad  | S                  | Es (dengan titik di bawah) |
| كد         | Dad  | D                  | De (dengan titik di bawah) |
| ط          | Ta'  | T                  | Te (dengan titik di bawah) |

|   |        |   |                             |
|---|--------|---|-----------------------------|
| ظ | Za'    | Z | Zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain   | ' | Koma terbalik di atas       |
| غ | Gain   | G | Ge                          |
| ف | Fa'    | F | Ef                          |
| ق | Qaf    | Q | Qi                          |
| ك | Kaf    | K | Ka                          |
| ل | Lam    | L | El                          |
| م | Mim    | M | Em                          |
| ن | Nun    | N | En                          |
| و | Wawu   | W | We                          |
| ه | Ha'    | H | Ha                          |
| ء | Hamzah |   | Apostrof                    |
| ي | Ya     | Y | Ye                          |

## B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

|               |         |                     |
|---------------|---------|---------------------|
| مُتَعَدِّدَةٌ | Ditulis | <i>Muta'addidah</i> |
| عِدَّةٌ       | Ditulis | <i>'iddah</i>       |

## C. *Ta' Marbuttah*

Semua *ta' marbuttah* ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah

terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

|               |         |                           |
|---------------|---------|---------------------------|
| حكمة          | Ditulis | <i>Hikmah</i>             |
| علة           | Ditulis | <i>'illah</i>             |
| كرمة الأولياء | Ditulis | <i>Karamah al auliya'</i> |

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

|      |        |         |                |
|------|--------|---------|----------------|
| ---  | Fathah | Ditulis | A              |
| ---  | Kasrah | Ditulis | I              |
| ---  | Dammah | Ditulis | U              |
| فعل  | Fathah | Ditulis | <i>Fa'ala</i>  |
| ذكر  | Kasrah | Ditulis | <i>Zukira</i>  |
| يذهب | Dammah | Ditulis | <i>Yazhabu</i> |

#### E. Vokal Panjang

|                        |         |                   |
|------------------------|---------|-------------------|
| 1. fathah + alif       | Ditulis | A                 |
| جاهلية                 | Ditulis | <i>Jahiliyyah</i> |
| 2. fathah + ya' mati   | Ditulis | A                 |
| تنسى                   | Ditulis | <i>Tansa</i>      |
| 3. kasrah + ya' mati   | Ditulis | I                 |
| كريم                   | Ditulis | <i>Karim</i>      |
| 4. dhammah + wawu mati | Ditulis | U                 |
| فروض                   | Ditulis | <i>Furud</i>      |



## F. Vokal Rangkap

|                       |         |                 |
|-----------------------|---------|-----------------|
| 1. fathah + ya' mati  | Ditulis | <i>Ai</i>       |
| بينكم                 | Ditulis | <i>Bainakum</i> |
| 2. fathah + wawu mati | Ditulis | <i>Au</i>       |
| قول                   | Ditulis | <i>Qaul</i>     |

## G. Vokal pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan

### Apostrof

|           |         |                        |
|-----------|---------|------------------------|
| أنتم      | Ditulis | <i>a'antum</i>         |
| أعدت      | Ditulis | <i>u'iddat</i>         |
| لئن شكرتم | Ditulis | <i>la'in syakartum</i> |

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

|        |         |                 |
|--------|---------|-----------------|
| القرآن | Ditulis | <i>Al-Quran</i> |
| القياس | Ditulis | <i>Al-Qiyas</i> |

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

|           |         |                  |
|-----------|---------|------------------|
| السَّمَاء | Ditulis | <i>As-sama'</i>  |
| الشمس     | Ditulis | <i>Asy-syams</i> |

## I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض

Ditulis

*Zawi al-furud*

أهل السنّة

Ditulis

*Ahl as-sunnah*

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Alhamdulillahirabbil'amin.* Segala puji bagi Allah Subhanahuwataala, atas kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat dan salam semoga tercurah kepada baginda Rasullulah Muhammad SAW, pembawa tauladan bagi semua umatnya, berkat belaulah kita bisa menikmati indahnya beragama Islam. Semoga kita semua mendapat syafaatnya kelak, aamiin.

Penelitian ini merupakan tugas akhir dari program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan demikian, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



4. Bapak Sofyan Hadinata, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga akhir semester
5. Ibu Dian Nuriyah Solissa, SHI., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang penuh kesabaran dan keikhlasan dalam membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran, serta memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh Pegawai dan Staff Tata Usaha Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kedua Orang tua tercinta Abah K.H. Haerudin dan Ibu Hj. Siti Khodijah yang selalu mendoakan, memberi motivasi, dan dorongan kepada penulis.
9. Kakak pertama Entis Sutisna dan kakak kedua Rohman Dayani yang selalu memberikan dukungan baik do'a maupun materinya.
10. Keempat adik tercinta Eneng Diah, Nurlaelah, Ipah Nispah Sopiah, dan Zaenal Mutaqin yang selalu memberikan sumber kekuatan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
11. Keluarga besar H. Ahmad yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan karya tulis ini.
12. Para ustad selaku motivator dalam lingkungan penulis yaitu Ust. Mahrus Sholah, Ust. Jamaludin, Ust. Robit Alfaidzin, dan Ust Yakub Haidar.

13. Sahabat penulis yang berjuang dalam bisnis dan belajar bersama serta selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis yaitu Ahmad Ali Bakhrudin dan Misbahul Munir.
14. Sahabat penulis “*Semprul*” yang berjuang bersama-sama serta memberikan doa dan motivasi satu sama lain untuk mengerjakan tugas akhir ini yaitu Rachmat AJi dan Sahrul
15. Teman dan Sahabat penulis yang selalu ada untuk penulis dan memberikan doa serta motivasi kepada penulis yaitu Lita, Ipit, Revi, Dina, Reza, Eko, Arif, Abi, Indah, Dede Dikdik, Abdul, Atira, Gilang,
16. Segenap Keluarga besar KKN 284 Integrasi Interkoneksi Angkatan ke 96 Soropadan Kidul, Srumbung, Srumbung, Magelang yang memberikan dukungan dan doa kepada penulis yaitu Mumun, Dhila, Olif, Vitri, Novia, Iriyani, Qiyan, Harul, dan Riyan.
17. Seluruh keluarga besar Perbankan Syariah C.
18. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah 2015.
19. Seluruh teman-teman seperjuangan yang mengejar wisuda Agustus 2019.  
Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka semua dengan karunia-Nya serta semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacannya. *Amin Yaa Rabbal Alamin.*

Yogyakarta, 21 Maret 2019

Hafid Jalaludin  
NIM. 15820123

## DAFTAR ISI

|  |           |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL .....                              | i         |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....                | ii        |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR .....     | iii       |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....                  | iv        |
| SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....     | v         |
| HALAMAN MOTTO .....                              | vi        |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                        | vii       |
| PEDOMAN TRANSLITASI ARAB-LATIN.....              | viii      |
| KATA PENGANTAR.....                              | xiii      |
| DAFTAR ISI.....                                  | xvi       |
| DAFTAR TABEL .....                               | xix       |
| DAFTAR GAMBAR.....                               | xx        |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                            | xxi       |
| ABSTRAK .....                                    | xxii      |
| ABSTRACK .....                                   | xxiii     |
| <br>   |           |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                    | <b>1</b>  |
| <b>A. Latar Belakang Penelitian.....</b>         | <b>1</b>  |
| <b>B. Rumusan Masalah .....</b>                  | <b>9</b>  |
| <b>C. Tujuan Penelitian.....</b>                 | <b>9</b>  |
| <b>D. Manfaat Penelitian.....</b>                | <b>10</b> |
| <b>E. Sistematika Pembahasan.....</b>            | <b>11</b> |
| <b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>                | <b>12</b> |
| <b>A. Landasan Teori .....</b>                   | <b>12</b> |
| 1. Definisi Strategi.....                        | 12        |
| 2. Definisi Merek (Brand) .....                  | 12        |
| 3. Co-Branding .....                             | 15        |
| 4. Definisi Loyalitas Merek.....                 | 17        |
| 5. Nilai Strategis dalam Loyalitas Nasabah ..... | 22        |
| 6. Pandangan Islam tentang Loyalitas Merek ..... | 23        |

|   |           |
|---|-----------|
| 7. Ikatan Emosional.....                            | 25        |
| 8. Produk Tabungan .....                            | 26        |
| 9. Produk Tabungan Permata Bank Syariah.....        | 29        |
| 10. Membercard Exclusive Persib.....                | 29        |
| 11. Penelitian Terdahulu.....                       | 29        |
| <b>B. Kerangka Berpikir.....</b>                    | <b>30</b> |
| <b>C. Pengembangan Hipotesis.....</b>               | <b>31</b> |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>              | <b>33</b> |
| <b>A. Jenis dan Metode yang digunakan.....</b>      | <b>33</b> |
| <b>B. Populasi dan Sampel.....</b>                  | <b>33</b> |
| 1. Populasi .....                                   | 33        |
| 2. Sampel.....                                      | 34        |
| <b>C. Teknik Pengumpulan Data .....</b>             | <b>34</b> |
| <b>D. Definisi Operasional Variabel.....</b>        | <b>35</b> |
| 1. Variabel Independen (X).....                     | 35        |
| 2. Variabel Moderating (Y).....                     | 36        |
| 3. Variabel Dependen (Z).....                       | 36        |
| <b>E. Teknik Analisis Data.....</b>                 | <b>38</b> |
| 1. Statistik Deskriptif.....                        | 38        |
| 2. Analisis Verifikatif.....                        | 38        |
| a. Analisa Outer Model .....                        | 39        |
| b. Analisa Inner Model (Model Struktural).....      | 43        |
| c. Pengujian Hipotesis .....                        | 44        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>  | <b>46</b> |
| <b>A. Hasil Penelitian.....</b>                     | <b>46</b> |
| 1. Profil Supporter Viking Persib Club .....        | 46        |
| 2. Analisis Deskriptif.....                         | 47        |
| 3. Statistik Verifikatif.....                       | 52        |
| a. Analisis Outer Model (Model Pengukuran) .....    | 52        |
| b. Analisis Inner Model atau Model Struktural ..... | 56        |
| c. Pengujian Hipotesis .....                        | 57        |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>B. Pembahasan</b> .....  | <b>60</b> |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....  | <b>69</b> |
| <b>A. Kesimpulan</b> .....  | <b>69</b> |
| <b>B. Implikasi</b> .....   | <b>70</b> |
| <b>C. Saran</b> .....       | <b>71</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... | <b>72</b> |
| <b>LAMPIRAN</b> .....       |           |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Statistik Perbankan Syariah .....  | 1  |
| Tabel 1.2 <i>Satisfaction, Loyalty, dan Engagement (SLE)</i> .....                             | 5  |
| Tabel 1.3 Survei Top Brand Index .....   | 8  |
| Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....  | 35 |
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....  | 48 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....  | 49 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....                                       | 49 |
| Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....   | 49 |
| Tabel 4.5. Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Responden.....                                     | 50 |
| Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Lama Menjadi Fans Persib .....                                | 51 |
| Tabel 4.7. Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Kartu Debet Permata Syariah-Persib ..... | 51 |
| Tabel 4.8 Outer Model atau Measurement Model .....   | 52 |
| Tabel 4.9 Nilai Discriminant Validity (Cross Loading) .....                                    | 53 |
| Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE) .....  | 54 |
| Tabel 4.11 Cronbach's Alpha .....  | 55 |
| Tabel 4.12 Composite Reliability .....   | 55 |
| Tabel 4.13 Nilai R-Square.....   | 57 |
| Tabel 4.14 Koefisien Path.....   | 58 |
| Tabel 4.15 Specific Indirect Effect .....  | 59 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Perkembangan Kartu Debet dan ATM..... | 3  |
| Gambar 2.1 Kerangka Teoritis.....                | 22 |
| Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....                | 20 |
| Gambar 4.1 Model Struktural .....                | 56 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |              |
|---|--------------|
| <b>LAMPIRAN 1: Terjemahan Ayat Al-Qur'an .....</b>              | <b>xxiv</b>  |
| <b>LAMPIRAN 2: Kuesioner .....</b>                              | <b>xxv</b>   |
| <b>LAMPIRAN 3: Input Data.....</b>                              | <b>xxxi</b>  |
| <b>LAMPIRAN 4: Hasil Oleh Data Smart PLS3 .....</b>             | <b>xliii</b> |
| <b>LAMPIRAN 5: Dokumentasi dan Surat Bukti Penelitian .....</b> | <b>xlvi</b>  |
| <b>LAMPIRAN 6: <i>Curriculume Vitae</i> Peneliti.....</b>       | <b>xlvii</b> |

## **Abstrak**

Permata Bank Syariah sebagai Unit Usaha Syariah di Indonesia yang berkomitmen untuk senantiasa melakukan inovasi-inovasi terhadap layanan Perbankan Syariah di Indonesia guna memperluas jaringan nasabahnya dengan menasar pangsa pasar muda. Salah satu programnya adalah kerjasama Permata Bank Syariah dengan Persib Bandung dalam bentuk sebuah produk *Co-Branding* Persib pada Produk Tabungan (*membercard eksklusif* Persib) dengan tujuan meningkatkan ikatan emosional dan loyalitas nasabah. Tujuan penelitian ini adalah pengaruh *Co-Branding* terhadap Ikatan Emosional dan Implikasinya pada loyalitas nasabah kartu debit Permata Syariah-Persib.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan penelitian deskriptif dan verifikatif. Sampel ditentukan 99 orang. Analisis data menggunakan Smart PLS3.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *Co-Branding* (X) terhadap Ikatan Emosional (Z); 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *Co-Branding* terhadap Loyalitas (Y); 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Ikatan Emosional terhadap Loyalitas (Y); 4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Co-Branding* terhadap Ikatan Emosional serta implikasinya pada loyalitas.

Kata Kunci: Co-Branding, Ikatan Emosional, Loyalitas, Permata Bank Syariah

## Abstract

Permata Syariah Bank as a Sharia Business Unit in Indonesia that is committed to innovating Sharia Banking services in Indonesia to utilize the network to promote by promoting young people. One program is the collaboration of Syariah Bank Syariah with Persib Bandung in the form of Persib Co-Branding products on Savings Products (exclusive Persib member cards) with the aim of increasing emotional ties and sales loyalty. The purpose of this research is the influence of Co-Branding on Emotional Bonds and the Implications for the loyalty of debit card customers of Syariah Syariah-Persib.

The method used in this research is the survey method using descriptive and verification research. The sample was determined by 99 people. Data analysis using Samrt PLS3.

The results of this study are: 1) There is a positive and significant influence on the Co-Branding (X) variable on the Emotional Bond (Z); 2) positive and significant influence of Co-Branding variable on Loyalty (Y); 3) Has a positive and significant influence on the variable Emotional Bonds to Loyalty (Y); 4) Having a positive and significant influence on Co-Branding on Emotional Bonds and their implications for loyalty.

Keywords: Co-Branding, Emotional Bonding, Loyalty, Permata Islamic Bank

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Industri perbankan merupakan bagian dari perekonomian Negara. Peran perbankan di Indonesia sendiri adalah sebagai alat dalam rangka membangun ekonomi Negara baik secara nasional maupun internasional. Hal tersebut sesuai dengan Undang-undang Nomor 10 tahun 1998, bahwa perbankan berperan aktif dalam hal stabilitas keuangan, mengendalikan inflasi, serta otoritas moneter yang sekarang dikendalikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Perbankan syariah di Indonesia mulai berdiri pada sekitar tahun 1990 dan dilanjutkan dengan munculnya Undang-undang nomor 7 yang kemudian di revisi oleh Undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang sebuah lembaga keuangan dalam hal ini perbankan yang melakukan sistem operasi berdasarkan dengan prinsip bagi hasil atau syariah. Perbankan Islam atau perbankan syariah dalam hal ini melakukan operasinya sebagai mitra investor dan pedagang yang mana tertuang dalam akad-akad seperti kontrak *murabahah*, *mudharabah*, dan lain sebagainya yang tentunya akad-akad tersebut di dalamnya tidak menerapkan sistem bunga akan tetapi menggunakan sistem bagi hasil (Muhammad, 2003: 14).

Perkembangan kelembagaan perbankan syariah yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa keuangan (OJK) pada April 2018, terdapat 13 Bank Umum

Syariah (BUS) dengan jumlah 1.822 kantor bank, 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dengan jumlah 348 kantor bank dan 168 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dengan jumlah 458 kantor bank. Total aset BUS dan UUS Sebesar 423.944 miliar ([www.bussinus-low.binus.ac.id](http://www.bussinus-low.binus.ac.id)). detail statistik di atas digambarkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Statistik Perbankan Syariah

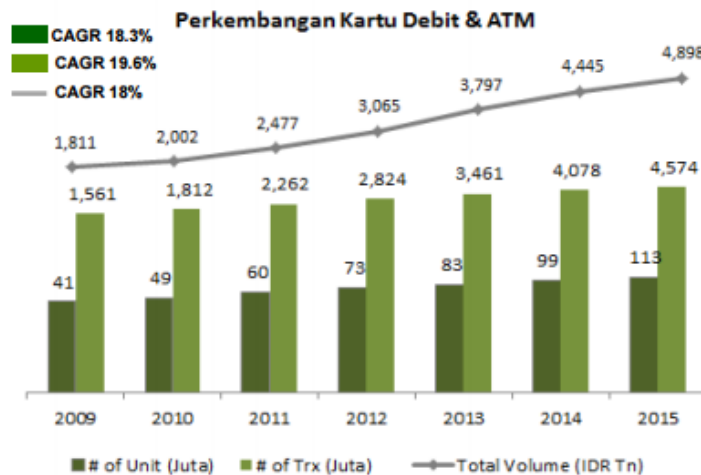
| <b>BUS/UUS/BPRS</b> | <b>Jumlah Bank</b> | <b>Jumlah Kantor</b> | <b>Total Aset (Miliar Rupiah)</b> |
|---------------------|--------------------|----------------------|-----------------------------------|
| BUS                 | 13                 | 1.822                | 292.289                           |
| UUS                 | 21                 | 348                  | 131.655                           |
| BPRS                | 168                | 458                  | -                                 |
| <b>Total</b>        | <b>202</b>         | <b>2628</b>          | <b>423.944</b>                    |

Sumber: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) di akses pada 20 Desember 2018

Dalam pelaksanaan tugasnya sebagai lembaga penyalur dana penghimpun dana, perbankan penyalurkan sejumlah *asset* baik itu *asset* dari bank sentral atau pun Dana Pihak Ketiga (DPK) dalam hal ini investor atau nasabah. Namun untuk menghimpun sejumlah dana yang diperoleh dari nasabah perbankan memerlukan sebuah kepercayaan dari nasabahnya, agar calon nasabah bersedia untuk menyimpan dananya pada perbankan tersebut serta perbankan juga perlu melakukan sebuah fasilitas kepada para nasabah untuk menciptakan sebuah loyalitas nasabah terhadap perbankan.

Menurut Bianto Surodjo (2016), mengatakan bahwa produk-produk *consumer banking* pada bank umum tumbuh dengan laju yang cukup tinggi

sejak tahun 2009-2015, yaitu 14.6% dari dana pihak ketiga (DPK). Kemudian perkembangan kartu debit sangat cepat dengan jumlah transaksi tumbuh 12% pada 2015.



Gambar 1.1

Jika dilihat dari gambar data tersebut perkembangan bisnis kartu debit dan ATM sangat menjanjikan karena dari tahun 2009 hingga 2015, jumlah kartu dan jumlah transaksi tumbuh dengan jumlah yang cukup besar setiap tahunnya (Surodjo, 2016).

Di tahun 2014, secara industry loyalitas nasabah tabungan konvensional menunjukkan tren yang meningkat di banding tahun sebelumnya. Sementara loyalitas nasabah tabungan syariah menunjukkan pola yang relatif stagnan. Kondisi ini menunjukkan bahwa bank-bank penyedia kartu debit kurang berhasil dalam membangun *emotional attachment* dengan para nasabahnya ([www.swa.co.id](http://www.swa.co.id)). Kualitas hubungan antara bank dan nasabah yang semakin kuat akan memberikan *mutual benefit* baik bagi

nasabah selaku pengguna layanan, maupun bagi bank yang mengharapkan peningkatan kontribusi profit dari setiap nasabahnya ([www.swa.co.id](http://www.swa.co.id)).

Sebuah studi kasus yang dilakukan oleh *McKinsey Asia PFS Survey* pada tahun 2014 yang dikutip oleh Jaelani mengenai perbankan dan perilaku nasabah di Negara China (Tiongkok), didapatkan hasil bahwa, nasabah perbankan di China mengalami penurunan loyalitas (*Dhiminising Loyalty*) yang disebabkan oleh adanya kompetitor yang menawarkan sebuah layanan dan produk baru yang lebih baik dibandingkan dengan perbankan utama yang digunakan. Penurunan loyalitas (*Dhiminising Loyalty*) nasabah juga terjadi di Negara-negara Eropa dan di Negara Benua Asia-Pasifik, seperti studi yang dilakukan sebelumnya pada tahun 2010 oleh lembaga *Survei Ernest & Young Insight* yang menyatakan bahwa tingkat loyalitas nasabah di Negara-negara Eropa dan Asia Pasifik mengalami penurunan yang disebabkan adanya produk dan layanan perbankan yang kurang diperhatikan, kepuasan nasabah menurun, dan rendahnya interaksi antara nasabah dan pihak perbankan yang menyebabkan menurunnya loyalitas nasabah. (sumber: *McKinsey & Company dan Ernest & Young Insight Report* dalam Jaelani:2015).

Menurut Lam dan Pant pada 2011, dengan judul *The Changing Face of Asian Personal Finance Service*” mengenai loyalitas nasabah di negara kawasan Asia Tenggara. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Negara dengan tingkat loyalitas tertinggi adalah Filipina dengan angka mencapai 72%, yang kemudian disusul oleh Negara Thailand dengan angka 71%, dan di peringkat 3 ada Negara Indonesia dengan angka loyalitas



mencapai 68%. Tingkat loyalitas tersebut tidak lepas dari adanya pelayanan tingkat kepercayaan sebuah merek yang tinggi ([www.mckinsey.com](http://www.mckinsey.com)). Berikut tabel hasil survei 11 bank berhasil meraih indeks *satisfaction*, *loyalty*, dan *engagement* (SLE) tertinggi:

Tabel 1.2

*Satisfaction, Loyalty, dan Engagement (SLE)*

| No | Bank Umum             | Bank Umum Syariah (BUS) | BPD         |
|----|-----------------------|-------------------------|-------------|
| 1  | Bank Central Asia     | Bank Syariah Mandiri    | Bank Sumut  |
| 2  | Bank Negara Indonesia | Bank Muamalat           | Bank Jateng |
| 3  | Bank Danamon          |                         | Bank Jatim  |
| 4  | Bank Bukopin          |                         |             |
| 5  | Bank OCBC NISP        |                         |             |
| 6  | Bank Permata          |                         |             |

Sumber: [www.infobanknews.com](http://www.infobanknews.com) diakses pada 30 November 2018

Pada 2017 lalu, Permata Bank Syariah sebagai Unit Usaha Syariah (UUS) yang berusaha menjaga dan berkomitmen untuk senantiasa melakukan inovasi-inovasi terhadap layanan perbankan syariah di Indonesia melakukan sebuah inovasi baru untuk mengembangkan jaringan nasabahnya dengan menasar pangsa pasar muda. Permata Bank Syariah melanjutkan upaya pengembangan perusahaan ke arah pertumbuhan bisnis yang sehat dan berkelanjutan, melalui komitmennya dalam hal peningkatan kerjasam tingkat nasional bersama dengan Persatuan Sepakbola Indonesia Bandung (PERSIB). Kerja sama strategis yang telah dijalin sejak April 2017 lalu, tertuang dalam peluncuran *Co-Branding* kartu debit Permata Bank Syariah dengan Persib di kota Bandung ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com)).

Dengan dilakukannya strategi *marketing Co-Branding* yang dilakukan oleh Bank Permata Syariah dalam produknya tentu diharapkan akan adanya hal positif yang terbentuk, khususnya di anggota *supporters* Persib Bandung yang sudah menjadi nasabah Permata Bank Syariah yang lebih kreatif, tidak melulu kepada program undian berhadiah yang sudah sangat umum dipakai oleh banyak bank.

Strategi dan implementasi demi meningkatkan *branding* korporasi yang termasuk grup PT. Astra International produk dan layanan dilakukan Permata Bank Syariah untuk membangun dan memperkuat bisnis basis nasabah setia dan mengakuisisi nasabah baru. Direktur Utama Permata Bank Syariah Achamd K Permana mengatakan, targetan selama periode ini sekitar 20 ribu kartu debit satu sesi edisi khusus Persatuan Sepakbola Indonesia Bandung (PERSIB) ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com)).

Permata Bank Syariah meluncurkan tabungan Persib setiap bulannya tercatat sekitar 1.500 menjadi nasabah baru di Unit Usaha Syariah (UUS) tersebut. Kegiatan peluncuran *Co-Branding* kartu debit Permata Bank Syariah dan Persib Bandung dinilai dapat mempermudah usaha Permata Bank Syariah untuk mengembangkan sayap di Jawa Barat khususnya penghimpunan dana murah, terutama di kantong-kantong basis bobotoh seperti Bandung, Cianjur, Sukabumi, Tasikmalaya, dan Garut. “Peluncuran *Co-Branding* kartu debit Permata Bank Syariah semakin memperkuat komitmen kami, demi menjadikan perbankan syariah sebagai pilihan utama bagi masyarakat, bahkan Permata Bank Syariah berniat kembali menjadi sponsor Persib di musim

berikutnya, seiring dengan pemasaran produknya yang diterima oleh masyarakat Jawa Barat. Selain itu, melalui produk terbaru ini, Permata Bank Syariah dapat berkontribusi dalam perkembangan sepakbola nasional dan peningkatan perekonomian Indonesia ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com)).

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jaelani (2015) menyebutkan bahwa, pengaruh *Co-Branding* berpengaruh positif terhadap ikatan emosional serta loyalitas nasabah kartu kredit BNI-Chelsea, akan tetapi tidak dapat digunakan oleh semua kalangan karena basis yang digunakan pada produk tersebut adalah kartu kredit. Sementara itu Bank Indonesia selaku otoritas perbankan di Indonesia membuat kebijakan kartu kredit hanya diperkenankan memegang dua unit kartu kredit serta pemegang kartu kredit hanya yang berpenghasilan diatas 3 juta. Dengan adanya peembatasan itu membuat para penggemar Chelsea yang tertarik memiliki kartu BNI-Chelsea tidak mudah memperoleh produk tersebut.

Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Zaman (2017), menyebutkan bahwa pengaruh *Co-Branding* berpengaruh positif terhadap ikatan emosional serta loyalitas nasabah kartu debit Arsenal-Muamalat. Beda dengan penelitan yang saya tulis diatas, untuk mendapatkan kartu debit Arsenal-Muamalat Indoensia sangat mudah, karena bisa dimiliki oleh berbagai kalangan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan ikatan emosional perlu diingatkan dengan berbagai kegiatan yang mampu menyentuh hati para nasabah. Begitu juga dengan loyalitas, perlu diperbanyak kegiatan-kegiatan *Co-Branding* untuk mendukung kegiatan nasabah sesuai hobinya.

Pada saat ini, kecenderungan dunia bisnis termasuk dunia perbankan yang paling terkini adalah menjadikan nasabah sebagai bagian dari organisasi. Kecenderungan ini seiring dengan perubahan fokus bisnis dari produk *centric* menjadi *customer centric* karena dari sisi produk sudah semakin sulit untuk mencari diferensiasi produk (Widodo, 2010). Keunggulan produk *centric* hanya dapat mewujudkan tujuan jangka pendek perusahaan sedangkan *customer centric* dapat mewujudkan orientasi jangka panjang perusahaan yaitu loyalitas nasabah.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *top brand* Indonesia mengenai lembaga keuangan syariah dalam hal ini perbankan syariah didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.3 Survei Top *Brand* Index

| MEREK                | TBI   | TOP |
|----------------------|-------|-----|
| Bank Syariah Mandiri | 27.6% | TOP |
| BRI Syariah          | 27.5% | TOP |
| BNI Syariah          | 27.0% | TOP |
| BCA Syariah          | 6.5%  |     |
| Bank Muamalat        | 4.2%  |     |

Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) diakses pada 2018

Berdasarkan data *Top brand award* Indonesia mengenai merek perbankan syariah, Permata Bank Syariah belum masuk kedalam deretan ke 5 *Top brand award* Indonesia, artinya Permata Bank Syariah harus terus melakukan strategi inovasi untuk menjadikan *brand* Permata Bank Syariah dapat bersaing sehingga masuk dalam jajaran *Top brand award* Indonesia.

Permata Bank Syariah adalah bank syariah pertama yang melakukan kerjasama dengan klub sepakbola tanah air, sehingga hal ini merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang sebuah bentuk kerjasama Unit Usaha Syariah (UUS) yaitu Permata Bank Syariah dengan Persib Bandung dalam bentuk sebuah produk *Co-Branding* Persib pada produk tabungan yang mana tujuan dari bentuk kerjasama tersebut adalah untuk mengimpun dana pihak ketiga dalam porsi dana murah. Oleh karena itu, peneliti ingin mengangkatnya menjadi tema penelitian. Sehingga pada penelitian ini mengambil judul “PENGARUH *CO-BRANDING* TERHADAP IKATAN EMOSIONAL SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS NASABAH”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *co-branding* terhadap ikatan emosional pada nasabah kartu debit Permata Syariah-Persib?
2. Bagaimana pengaruh *co-branding* terhadap loyalitas nasabah pada nasabah kartu debit Permata Syariah-Persib?
3. Bagaimana pengaruh ikatan emosional terhadap loyalitas nasabah pada nasabah kartu debit Permata Syariah-Persib?
4. Bagaimana pengaruh *co-branding* terhadap loyalitas nasabah melalui ikatan emosional nasabah kartu debit Permata Syariah-Persib?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *co-branding* kartu debit Permata Bank Syariah terhadap loyalitas nasabah.
2. Menganalisis pengaruh *co-branding* kartu debit Permata Bank Syariah terhadap ikatan emosional.
3. Menganalisis ikatan emosional terhadap loyalitas nasabah.
4. Menganalisis pengaruh *co-branding* terhadap loyalitas nasabah melalui ikatan emosional.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti
  - a. Agar dapat menambah pengetahuan penulis tentang pengaruh *Co-Branding* terhadap ikatan emosional serta implikasinya pada loyalitas nasabah bank Permata Syariah
  - b. Agar dapat mengaitkan teori yang ada dengan fakta yang terjadi di lapangan.

2. Bagi Penelitian Lanjutan

Semoga penelitian ini mampu menjadi tolak ukur penelitian selanjutnya, sehingga mampu mempengaruhi dalam melakukan penelitian-penelitian lanjutan.

## **E. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I           PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II          KERANGKA TEORI**

Bab ini berisi telaah pustaka, kerangka teoritis, hipotesis, penelitian, dan kerangka berfikir.

### **BAB III         METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, populasi, sampel, jenis data, sumber data, variabel, metode pengumpulan data.

### **BAB IV         HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi obyek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil penelitian

### **BAB V          PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam bab sebelumnya yang dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis PLS-SEM antara *Co-Branding* terhadap Ikatan Emosional serta Implikasinya pada Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Kartu Debit Permata Bank Syariah pada Anggota Persib *Supporters* Kota Bandung) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *co-branding* (X) terhadap variabel ikatan emosional (Z) yang ditunjukkan dengan nilai koefisien parameter sebesar 0.571. Nilai t statistik sebesar 8,434 signifikan pada 5% dengan nilai T hitung  $> 1.96$ , yakni  $8.434 > 1.96$ .
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *co-branding* (X) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan nilai koefisien parameter sebesar 0.312 dan Signifikan pada 5% dengan nilai T hitung  $> 1,96$ , yakni  $3.935 > 1,96$ .
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel moderating ikatan emosional (Z) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan nilai koefisien parameter sebesar 0.574 dan Signifikan pada 5% dengan nilai T hitung  $> 1.96$ , yakni  $8.358 > 1.96$ .
4. *Co-branding* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ikatan emosional dan memiliki implikasi terhadap loyalitas nasabah dengan

nilai koefisien parameter sebesar 0.327 dan signifikan pada 5% dengan nilai T hitung  $> 1.96$ , yakni  $6.015 > 1.96$ .

## **B. Implikasi**

Adapun implikasi dari hasil penelitian di atas adalah sebagai berikut:

1. *Co-branding* dalam penelitian ini terbukti mampu mempengaruhi ikatan emosional para nasabah kartu debit Permata Syariah-Persib. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan *co-branding* yang dilakukan oleh Permata Bank Syariah dapat mempengaruhi ikatan emosional. Oleh karena itu untuk kedepannya Permata Bank Syariah harus mampu meningkatkan pemasangan logo-logo bank dalam setiap atribut dalam kegiatan yang ada, juga meningkatkan sponsorship untuk kegiatan yang dilakukan oleh Viking Persib Club.
2. *Co-branding* dalam penelitian ini terbukti mampu mempengaruhi loyalitas para nasabah kartu debit Permata Syariah-Persib. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan *co-branding* yang dilakukan oleh Permata Bank Syariah dapat meningkatkan loyalitas. Oleh karena itu untuk meningkatkan loyalitas pada nasabah perlu diperbanyak kegiatan-kegiatan nasabah sesuai hobinya terkait dengan Persib.
3. Ikatan emosional dalam penelitian ini terbukti mampu mempengaruhi loyalitas para nasabah kartu debit Permata Syariah-Persib. Oleh karena itu ikatan emosional pelanggan perlu ditingkatkan lewat berbagai kegiatan yang mampu menyentuh hati para nasabah, misalnya ada diskon

khusus bagi nasabah pemegang kartu debit Permata Syariah-Persib dalam tiket nonton pertandingan Persib.

### **C. Saran**

Dari hasil penelitian, maka peneliti dapat menuliskan saran sebagai berikut:

1. Perlu adanya peningkatan kerjasama antara Permata Bank Syariah dengan Viking Persib Club dalam berbagai bidang produk perbankan lain selain kartu debit. Misal dalam produk kartu kredit atau asuransi syariah.
2. Perlu adanya penelitian yang melihat loyalitas nasabah kartu debit dengan variabel-variabel lain. Misalnya variabel kepuasan, variabel kualitas produk dan lainnya.
3. Perlu adanya indikator tambahan dalam koesioner terkait dengan seberapa sering nasabah menggunakan kartu debit Permata Bank Syariah dalam transaksinya.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Al-Qur'an

Al-Qur'an dan Terjemahnya. 2011. Kementrian Agama Republik Indonesia.  
Garut: Jumānatul 'Alī-Art (J-ART).

### 2. Buku Dan Jurnal

Aaker, A, David. 2008. *Strategic Marketing Management*. Jakarta Selatan:  
Salemba Empat.

Aron, A., & Westbay, L. (1996). *Dimensions of the prototype of love*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 535–551.

Baloglu, Seymus. 2002. Dimensions of Customer Loyalty: Separating Friends From Well Wishers. *Cornell Hotel and Restaurant Dministration Quarterly*. *Cornel University*. Pp., 47-59.

Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: UNDIP.

Hussein, S. Ananda. 2015. *Modul Ajar Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3,0*. Universitas Brawijaya.

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Hude, M. Darwis. 2006. *Emosi Penjelajahan Religio-Psikologis tentang Emosi Manusia di dalam Al-Qur-an*. Jakarta. Erlangga.

- Istijanto, Oei. 2010, *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indriantoro dan Bambang, 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis kuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Jaelani, Abdul Karim. 2015. “*Pengaruh Co-Branding Terhadap Ikatan Emosional Serta Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan*”. Skripsi UPI Bandung.
- Lee, Chi-Lin dan Decker, Reindold. *A Systematic Analysis of the Preference Change in Co-Branding*. MPRA Paper No.12249, Bielefeld University. Germany.
- Jugiyanto. 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Juliansyah, Noor. 2012. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip and Kavin Lance Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kavin Lance Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jakarta: Erlangga.
- Krismanto, Adi. 2009. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada PT, Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura)*. Tesis Universitas Diponegoro Semarang.

- Muhamad. 2016. *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh & Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nurpriyanti dan Hurriyati. 2016. *Pengaruh Kinerja Co-Branding Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mini Market Penjual Es Krim Wall's Selection Oreo di Kecamatan Cikajang-Garut)*. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education* | Volume 1. No 1. April 2016, hal.98-114.
- Nickles JC, Downey J, Young I, Boag S. (1999). Asymptomatic inflammation and/ or infection in benign Prostatic Hyperplasia. *BJU International*, 84: 976-81.
- Rangkuti, Freddy. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. STMIK AMIKOM Yogyakarta: Andi.
- Sunarto. 2006. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing. Tesis Universitas Diponegoro Semarang.

- Sukoco dan Hartawan. 2011. "*Pengaruh Pengalaman dan Keterikatan Emosional pada Merk terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Manajemen. Tahun 4.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS
- Siregar, Syofian. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi perbandingan perhitungan manual dan spss*. Jakarta: Kencana
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Simonin, B.L. and J. A. Ruth (1998). "*Is A Company Known by the Company It Keeps? Assessing the Spillover Effects of Brand Alliances on Consumer Brand Attitudes*." *Journal of Marketing Research*. 35(1). 30-42.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sula, M. Syakir dan Kartajaya, Hermawan .2006. *Syariah Marketing*, Bandung: Penerbit Mizan.
- Stanton & Lamarto. 1984. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga



- Sadat, M. Andi. 2009. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba.
- Shimp, Terence A. *Komunikasi Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba.
- Thomson, M., D.J. MacInnis, dan C.W. Park (2005), *The Ties That Bind: Measuring the Strength of Consumers' Emotional Attachments to Brands*. *Journal of Consumer Psychology*. 15: 77–91.
- Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press
- Wiley dan Sons, Inc. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keenam. Jakarta: Salemba Empat.
- Widodo, Budi. 2010. *Pendekatan Customer Centric dalam Penerapan CRM, Bank & Manajemen*. Jakarta.
- Wirartha, I Made. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi.
- Zaman, Biaz Nuruz. 2017. “*Analisis Pengaruh Co-Branding Arsenal Terhadap Ikatan Emosional Serta Implikasinya pada Loyalitas Nasabah*”. Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

### 3. Web

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 2018. *Statistik Perbankan Syariah*. <https://www.ojk.go.id> (di akses 20 Desember 2018 pukul 01:05).

[https://www.permatabank.com/Retail/Kartu-Debit/PermataDebit-Syariah/#.XBOD\\_FVKjIU](https://www.permatabank.com/Retail/Kartu-Debit/PermataDebit-Syariah/#.XBOD_FVKjIU) di akses pada 14 Desember 2018, pukul 22.30.

<http://www.tribunnews.com/superskor/2017/04/12/persib-dan-permatabank-syariah-terbitkan-kartu-keanggotaan-eksklusif> di akses pada 14 Desember 2018, pukul 22.30.

[https://bja.aji.or.id/upload/article\\_doc/CONSUMER\\_BANKING\\_Bianto\\_Surodjo\\_-\\_Materi\\_Class\\_BJA\\_2016.pdf](https://bja.aji.or.id/upload/article_doc/CONSUMER_BANKING_Bianto_Surodjo_-_Materi_Class_BJA_2016.pdf) di akses pada 25 Februari 2019, pukul 14.30.

<http://arcom.co.id/2017/04/13/permatabank-syariah-luncurkan-exclusive-member-card-persib/> di akses pada 14 Desember 2018, pukul 00.30.

<https://swa.co.id/swa/business-strategy/cara-perbankan-tingkatkan-loyalitas-nasabah> di akses pada 26 Februari 2019, pukul 15.30.

[http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2018\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1) diakses pada 2 april 2018, pukul 23.16.

## **LAMPIRAN 1:**

### **TERJEMAHAN AYAT AL-QUR'AN**

1. Sesungguhnya orang-orang yang berkata, “Tuhan kami adalah Allah” kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, maka malaikat-malaikat akan turun kepada mereka (dengan berkata), janganlah kamu merasa takut dan janganlah kamu bersedih hati; dan bergembiralah kamu dengan (memperoleh) surga yang telah dijanjikan kepadamu. (Al-Qur'an, Al Fussilat; 30).
2. Kami berfirman, “Turunlah kamu semua dari surga! Kemudian jika benar-benar datang petunjuk-Ku, tidak ada rasa takut pada mereka dan mereka tidak bersedih hati.”(Al-Qur'an, Al-Baqarah; 38).
3. “Pada hari itu ada wajah-wajah yang berseri-seri, tertawa dan gembira ria”. (Al-Qur'an, Abasa; 38-39).

## LAMPIRAN 2:

### Kuesioner Penelitian

#### A. Data Responden

1. Nama: .....
2. Pekerjaan: .....
3. Jenis Kelamin:
  - a. Laki-Laki
  - b. Perempuan
4. Usia:
  - a. < 20 tahun
  - b. 20-30 tahun
  - c. 31-40 tahun
  - d. 41-50 tahun
  - e. > 50 tahun
5. Pendidikan Terakhir:
  - a. SD
  - b. SMP/Sederajat
  - c. SMA/Sederajat
  - d. Akademi (D1-D3)
  - e. Sarjana (S1)
6. Pengeluaran Perbulan :
  - a. < 1 juta
  - b. 1-2 juta
  - c. 3-4 juta
  - d. > 4 juta
7. Lama Jadi Nasabah Debet Permata Bank Syaiah:
  - a. < 6 bulan
  - b. 7-12 bulan
  - c. > 12 bulan
8. Lama Jadi Fans Persib:
  - a. < 1 tahun
  - b. 1-3 tahun
  - c. > 3 tahun

#### B. Petunjuk Pengisian

1. Mohon bantuannya untuk memberikan tanggapan dari pertanyaan yang ada dengan sebenar-benarnya.
2. Berilah tanda ( **X** ) pada salah satu jawaban yang anda anggap sesuai dengan keadaan yang anda rasakan/alami.
3. Setiap pertanyaan ada 4 alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS) = 4, Setuju (S) =3, Tidak Setuju (TS) = 2, Sangat Tidak Setuju (STS) = 1.
4. Jawaban kuesioner ini tidak ada istilah salah atau benar, tetapi berdasarkan pendapat dan pengalaman masing-masing orang.
5. Atas segala bantuannya di ucapkan terimas kasih.

**A. Co-Branding (X)**

| No                          | Pernyataan   | SS | S | TS | STS |
|-----------------------------|--|----|---|----|-----|
|                             |  | 4  | 3 | 2  | 1   |
| <i>The Mutual Effect</i>    |  |    |   |    |     |
| 1                           | Saya merasa cocok dengan produk yang di keluarkan oleh Permata Bank Syariah berupa kartu debit <i>membercard eksklusif</i> Persib. |    |   |    |     |
| 2                           | Saya merasa ada kecocokan dalam merek bersama antara Permata Bank Syariah dengan Persib dalam kartu debit.                         |    |   |    |     |
| <i>The Extension Effect</i> |  |    |   |    |     |
| 3                           | Kartu Debet Permata Syariah-Persib yang saya miliki/gunakan memiliki kualitas yang baik.   |    |   |    |     |
| 4                           | Saya memiliki pengalaman yang menyenangkan dalam menggunakan kartu Debet Permata Syariah-Persib ini.                               |    |   |    |     |

|   |   |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|
|   | <b><i>The Reciprocal Effect</i></b>   |  |  |  |  |
| 5 | Saya mendapat manfaat ( <i>reward point, discount, promo hadiah</i> ) dalam menggunakan kartu Debet Permata Syariah-Persib. |  |  |  |  |

### B. Ikatan Emosional

| No | Pernyataan   | SS | S | TS | STS |
|----|--|----|---|----|-----|
|    | <b><i>Affection</i></b>  |    |   |    |     |
| 1  | Saya menyayangi kartu Debet Permata Syariah-Persib dan saya akan selalu menggunakannya.  |    |   |    |     |
| 2  | Saya dan kartu Debet Permata Syariah-Persib dapat dikatakan sebagai sepasang sahabat yang selalu menemani saya pergi ke berbagai tempat.               |    |   |    |     |
| 3  | Saya dan kartu Debet Permata Syariah-Persib dapat dikatakan sebagai sepasang kekasih dan saya tidak bisa jauh dari kartu Debet Permata Syariah-Persib. |    |   |    |     |
| 4  | Kartu Debet Permata Syariah-Persib memberikan rasa damai dalam hidup saya.   |    |   |    |     |
|    | <b><i>Passion</i></b>  |    |   |    |     |
| 5  | Kartu Debet Permata Syariah-Persib memberikan semangat dalam hidup saya.   |    |   |    |     |
| 6  | Menggunakan kartu Debet Permata  |    |   |    |     |

|                   |   |  |  |  |  |
|-------------------|---|--|--|--|--|
|                   | Syariah-Persib memberikan saya kegembiraan.   |  |  |  |  |
| 7                 | Kartu Debet Permata Syariah-Persib membuat saya terpesona akan bentuknya dan segala hal yang melekat padanya. |  |  |  |  |
| <b>Connection</b> |   |  |  |  |  |
| 8                 | Saya dan kartu Debet Permata Syariah-Persib selalu tersambung, tidak pernah sekali pun saya meninggalkannya.  |  |  |  |  |
| 9                 | Saya dan kartu Debet Permata Syariah-Persib tidak dapat dipisahkan.   |  |  |  |  |
| 10                | Saya sudah terikat oleh kartu Debet Permata Syariah-Persib, tidak ada yang dapat menggantikannya.             |  |  |  |  |

### C. Loyalitas Nasabah

| No                   | Pernyataan   | SS | S | TS | STS |
|----------------------|--|----|---|----|-----|
| <b>Word-of-Mouth</b> |  |    |   |    |     |
| 1                    | Ketika topik Persib muncul dalam percakapan, saya akan mempromosikan kartu Debet Permata Syariah-Persib ini. |    |   |    |     |
| 2                    | Saya sering merekomendasikan kartu Debet Permata Syariah-Persib pada orang lain                              |    |   |    |     |
| 3                    | Saya memberi tahu orang lain hal-hal positif tentang kartu Permata Syariah-                                  |    |   |    |     |

|    |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|
|    | Persib.  |  |  |  |  |
|    | <b><i>Trust</i></b>  |  |  |  |  |
| 4  | Jika saya mengajukan pertanyaan kepada manajemen atau karyawan Permata Bank Syariah, saya merasa mereka akan jujur kepada saya.  |  |  |  |  |
| 5  | Saya yakin layanan yang saya terima dari kartu Debet Permata Syariah-Persib akan konsisten.                                      |  |  |  |  |
| 6  | Saya percaya pengelolaan kartu Debet Permata Syariah-Persib ini.   |  |  |  |  |
| 7  | Komunikasi yang saya terima dari kartu Debet Permata Syariah-Persib ini (surat, materi promosi, iklan) dapat dipercaya.          |  |  |  |  |
| 8  | Jika saya mengajukan permintaan kepada Permata Syariah-Persib, tidak peduli seberapa sepele permintaan itu, tetap akan di atasi. |  |  |  |  |
|    | <b><i>Psycological Attachment/Commitment</i></b>   |  |  |  |  |
| 9  | Saya terikat secara emosional ke kartu Debet Permata Syariah-Persib.   |  |  |  |  |
| 10 | Saya mempunyai rasa memiliki kartu Debet Permata Syariah-Persib.   |  |  |  |  |
| 11 | Saya senang mengunjungi kantor Permata   |  |  |  |  |



|    |   |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|
|    | Bank Syariah.   |  |  |  |  |
|    | <b><i>Cooperation</i></b>   |  |  |  |  |
| 12 | Jika saya memiliki ide yang sesuai dengan kebutuhan di Permata Bank Syariah, maka saya akan membagikan gagasan tersebut.                        |  |  |  |  |
| 13 | Saya akan mengizinkan nama saya dan komentar positif yang saya buat tentang kartu Debet Permata Syariah-Persib ini untuk digunakan dalam iklan. |  |  |  |  |
|    | <b><i>Switching Cost</i></b>  |  |  |  |  |
| 14 | Bagi saya untuk mengubah kartu Debet Permata Syariah-Persib ke kartu debit lain membutuhkan waktu yang lama.                                    |  |  |  |  |
| 15 | Bagi saya upaya untuk mengganti kartu Debet Permata Syariah-Persib ke kartu debit lain akan sangat merepotkan.                                  |  |  |  |  |
| 16 | Bagi saya biaya untuk mengubah kartu Debet Permata Syariah-Persib ke kartu debit lain mahal.  |  |  |  |  |

**Selesai**

**LAMPIRAN 3:****Data Kuesioner**

| <b>Nama</b>         | <b>Pekerjaan</b> | <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Usia</b> | <b>Pendidikan Terakhir</b> | <b>Pengeluran Perbulan</b> | <b>Lama Jadi Nasabah Debet</b> | <b>Lama Jadi Fans Persib</b> |
|---------------------|------------------|----------------------|-------------|----------------------------|----------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| Karim               | Wiraswasta       | a                    | e           | b                          | b                          | c                              | c                            |
| Cepi                | Wiraswasta       | a                    | c           | e                          | b                          | c                              | c                            |
| Asep N              | Wiraswasta       | a                    | c           | c                          | b                          | c                              | c                            |
| Neri Rustomu        | Wiraswasta       | a                    | c           | c                          | b                          | c                              | c                            |
| Iyan Mulyana        | Wiraswasta       | a                    | a           | b                          | c                          | c                              | c                            |
| Herdiana            | PNS              | a                    | c           | c                          | d                          | c                              | c                            |
| Ujang Andi          | Wiraswasta       | a                    | b           | a                          | b                          | c                              | c                            |
| M. Deva Najmala A   | Pelajar          | a                    | a           | b                          | a                          | c                              | c                            |
| Dwi Ramadhan        | Mahasiswa        | a                    | b           | c                          | a                          | c                              | c                            |
| Dani Rizaldi        | Wiraswasta       | a                    | b           | c                          | b                          | c                              | c                            |
| Deni                | Wiraswasta       | a                    | c           | c                          | c                          | c                              | c                            |
| Bintang Zaenal Abdi | Pelajar          | a                    | a           | b                          | b                          | c                              | c                            |
| Diky Nurdiana       | Karyawan         | a                    | b           | c                          | a                          | b                              | c                            |
| Sonny J. Indra      | PNS              | a                    | c           | e                          | c                          | c                              | c                            |
| Firman              | Karyawan         | a                    | b           | e                          | b                          | a                              | c                            |
| Harry Rizki         | Wiraswasta       | a                    | b           | c                          | d                          | c                              | c                            |
| Eveline             | Karyawan         | b                    | b           | d                          | b                          | a                              | c                            |
| Supriyanti Singgih  | Wiraswasta       | a                    | b           | d                          | a                          | a                              | c                            |
| Henry               | Mahasiswa        | a                    | b           | c                          | b                          | a                              | c                            |
| Fajar Ridha         | Wiraswasta       | a                    | b           | e                          | b                          | a                              | c                            |
| Bahanudin           | Pelajar          | a                    | b           | e                          | d                          | c                              | c                            |
| Gagan C. G          | Karyawan         | a                    | b           | c                          | b                          | c                              | c                            |
| Ririn Hermawati     | Wiraswasta       | b                    | b           | c                          | b                          | c                              | c                            |
| Agung Gunadi        | Karyawan         | a                    | b           | c                          | a                          | a                              | c                            |
| Yuda                | Wiraswasta       | a                    | b           | e                          | c                          | c                              | c                            |
| Randy Nakev S       | Karyawan         | a                    | b           | c                          | b                          | c                              | c                            |
| Luthfi Nur Drazat   | Wiraswasta       | a                    | b           | e                          | d                          | c                              | c                            |
| Bima                | Wiraswasta       | a                    | a           | a                          | b                          | b                              | c                            |

|                         |            |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------|------------|---|---|---|---|---|---|
| Komarudin               | PNS        | a | c | e | d | c | c |
| M. Ujer                 | Karyawan   | a | b | c | b | c | a |
| Sudirman                | Wiraswasta | a | c | c | c | c | c |
| Wasis                   | Karyawan   | a | e | e | d | c | c |
| Samsul                  | Pelajar    | a | a | e | d | c | c |
| Roni                    | Karyawan   | a | b | c | c | c | c |
| Kaldi Wikarya           | Wiraswasta | a | a | c | d | c | c |
| Abas                    | Wiraswasta | a | b | b | b | c | b |
| Suani                   | Karyawan   | a | b | a | c | c | b |
| Hasan                   | Wiraswasta | a | b | c | b | c | c |
| Erlina Herianti         | Wiraswasta | b | b | c | d | c | c |
| Ferry A                 | Wiraswasta | a | b | c | b | c | c |
| Usup                    | Pelajar    | a | a | e | d | b | a |
| Erik KH.<br>Anwar       | Mahasiswa  | a | b | e | d | c | c |
| Dani                    | Wiraswasta | a | c | e | d | c | c |
| H. Romlah               | Karyawan   | a | b | c | b | c | c |
| M. Yudi<br>Ramdani      | Wiraswasta | a | b | c | c | a | c |
| Deri S                  | Wiraswasta | a | b | b | c | c | c |
| Asep                    | PNS        | a | e | e | d | c | c |
| Tata                    | PNS        | a | e | e | d | c | c |
| Priatna<br>Kadarisman   | PNS        | a | e | e | d | c | c |
| Denis Bray              | Wiraswasta | a | a | c | c | c | c |
| Agil                    | Pelajar    | a | a | c | b | a | c |
| Ajay                    | Wiraswasta | a | c | e | b | c | c |
| Jhow Sanjaya            | Wiraswasta | a | b | c | c | c | c |
| Moch. Rayhan            | Wiraswasta | a | a | c | a | a | c |
| Najah<br>Nurraadah      | Wiraswasta | b | b | c | d | c | c |
| Abdul                   | Wiraswasta | a | a | e | a | b | c |
| Hakim                   | Wiraswasta | a | c | c | c | c | c |
| Rendi                   | Karyawan   | a | a | c | b | c | c |
| Eep Hidayat             | Wiraswasta | a | a | c | c | c | c |
| Harlan Dwi K            | Mahasiswa  | a | a | c | b | c | c |
| Sandi Tri<br>Dewiyawati | Karyawan   | b | a | c | b | b | c |
| Ahmad<br>Mubarok        | Wiraswasta | a | b | c | a | b | b |
| Restu Yuli              | Mahasiswa  | a | a | c | a | b | b |

|                    |            |   |   |   |   |   |   |
|--------------------|------------|---|---|---|---|---|---|
| Erpan Sopian       | Wiraswasta | a | c | c | c | c | c |
| Acep Permana       | Wiraswasta | a | b | c | b | c | c |
| Yogi               | Wiraswasta | a | b | b | a | c | c |
| Rinal Faturuhman   | Wiraswasta | a | b | b | b | c | c |
| Sintia             | Wiraswasta | b | b | c | b | c | c |
| Sarmin             | Wiraswasta | a | b | c | b | c | c |
| Ade                | Pelajar    | a | b | c | a | c | c |
| Dadan              | Mahasiswa  | a | b | b | a | c | c |
| Bram               | PNS        | a | c | e | d | c | c |
| Badri Maulana      | Karyawan   | a | b | c | b | c | c |
| Entis              | Wiraswasta | a | c | c | c | c | c |
| Dandan             | Mahasiswa  | a | b | c | a | c | c |
| Gilang             | Mahasiswa  | a | b | c | b | c | c |
| Usep Supriatna     | Wiraswasta | a | b | a | b | a | c |
| Manap              | Wiraswasta | a | a | b | a | a | c |
| Angga Nugraha      | Wiraswasta | a | b | c | b | c | c |
| Taufiq Ilham       | Mahasiswa  | a | b | d | b | c | c |
| Dery Irawan        | Wiraswasta | a | b | e | b | c | c |
| Hafid Faturochman  | Mahasiswa  | a | b | c | a | c | c |
| M. Slamet          | PNS        | a | c | d | c | a | c |
| Iqbal              | PNS        | a | c | c | d | a | c |
| Yudiawan           | Wiraswasta | a | c | b | a | c | c |
| Andri Kurnia       | Karyawan   | a | b | e | c | a | c |
| Tedi Esteban       | Karyawan   | a | b | c | c | a | c |
| Rivai Abbas        | Wiraswasta | a | e | d | c | b | c |
| Zakaria            | Karyawan   | a | a | c | a | c | c |
| Yanwar             | Karyawan   | a | b | e | c | a | c |
| Rido Sicaban       | PNS        | a | c | c | d | a | c |
| Hendra Purnama     | PNS        | a | b | e | c | a | c |
| Peri Maryo R       | Wiraswasta | a | b | c | a | a | c |
| Usep Ahmad Muharam | PNS        | a | c | c | b | c | c |
| Oval               | PNS        | a | c | e | b | c | c |
| Yusindra Wahyu B   | Wiraswasta | a | a | c | d | c | c |
| Yana Umar          | Wiraswasta | a | d | e | d | c | c |
| Kris               | Wiraswasta | a | b | e | c | c | c |

|         |            |   |   |   |   |   |   |
|---------|------------|---|---|---|---|---|---|
| Anandya | Wiraswasta | a | b | c | b | c | c |
|---------|------------|---|---|---|---|---|---|

**Keterangan:**

1. Jenis Kelamin: a=Laki-Laki, b=Perempuan
2. Usia: a= < 20 tahun, c=31-40 tahun, e=> 50 tahun, b=20-30 tahun, d=41-50 tahun
3. a=SD, c. SMA/Sederajat, e=Sarjana (S1), b=SMP/Sederajat, d=Akademi (D1-D3)
4. Pengeluaran Perbulan: a= < 1 juta, c=3-4 juta, b=1-2 juta, d= > 4 juta
5. Lama Jadi Nasabah Debet Permata Bank Syaiah: a= < 6 bulan, c= > 12 bulan, b= 7-12 bulan
6. Lama Jadi Fans Persib: a= < 1 tahun, c= > 3 tahun , b= 1-3 tahun

| <i>Co-Branding</i> |    |    |    |    |
|--------------------|----|----|----|----|
| X1                 | X2 | X3 | X4 | X5 |
| 2                  | 2  | 2  | 2  | 2  |
| 3                  | 4  | 4  | 4  | 4  |
| 4                  | 4  | 4  | 4  | 4  |
| 4                  | 4  | 4  | 3  | 4  |
| 3                  | 4  | 4  | 3  | 4  |
| 3                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 3                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 3                  | 3  | 3  | 2  | 3  |
| 3                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 4                  | 4  | 3  | 4  | 3  |
| 3                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 4                  | 4  | 4  | 4  | 4  |
| 3                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 3                  | 2  | 3  | 3  | 3  |
| 3                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 4                  | 3  | 4  | 4  | 1  |
| 3                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 3                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 3                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 3                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 4                  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| 3                  | 2  | 2  | 2  | 3  |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 1 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 1 | 1 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 2 | 3 |
| 4 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 3 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 3 |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |

| Ikatan Emosional |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
|------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| Y1               | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Y6 | Y7 | Y8 | Y9 | Y10 |
| 2                | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2   |
| 4                | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   |
| 4                | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 3                | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 4  | 3  | 4   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 4                | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 4   |
| 4                | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   |
| 3                | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2   |
| 3                | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2   |
| 3                | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2   |
| 4                | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 3  | 3   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 3                | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2   |
| 4                | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 4                | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3   |
| 4                | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3   |
| 2                | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 3                | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 3                | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2   |
| 4                | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4   |
| 4                | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3   |
| 3                | 3  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3   |
| 4                | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   |
| 4                | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   |
| 4                | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3   |
| 3                | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4   |
| 3                | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3   |
| 1                | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   |
| 4                | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   |
| 4                | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   |
| 4                | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3   |



|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 4 | 2 | 1 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 | 1 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |

| Loyalitas Nasabah |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
|-------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Z1                | Z2 | Z3 | Z4 | Z5 | Z6 | Z7 | Z8 | Z9 | Z10 | Z11 | Z12 | Z13 | Z14 | Z15 | Z16 |
| 2                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   |
| 4                 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   |
| 4                 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   |
| 3                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   |
| 3                 | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   |
| 3                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   |
| 3                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   |
| 3                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   |
| 3                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   |
| 3                 | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   |
| 4                 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   |
| 2                 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 2   |
| 2                 | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   |
| 3                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   |
| 3                 | 2  | 2  | 3  | 4  | 4  | 2  | 2  | 2  | 2   | 3   | 3   | 4   | 2   | 2   | 1   |
| 3                 | 4  | 4  | 4  | 2  | 1  | 1  | 3  | 2  | 1   | 3   | 2   | 1   | 1   | 3   | 2   |
| 3                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   |
| 3                 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |

**LAMPIRAN 4:**

**HASIL OLAH DATA**

**1. Output Outer Loadings**

**Outer Loadings**

|                             | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics ( O /STDEV) | P Values |
|-----------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| X2 <- Co-Branding (X)       | 0.762               | 0.763           | 0.050                      | 15.364                   | 0.000    |
| X3 <- Co-Branding (X)       | 0.874               | 0.874           | 0.028                      | 30.958                   | 0.000    |
| X4 <- Co-Branding (X)       | 0.823               | 0.818           | 0.047                      | 17.639                   | 0.000    |
| X5 <- Co-Branding (X)       | 0.754               | 0.758           | 0.054                      | 13.996                   | 0.000    |
| Y1 <- Ikatan Emosional (Y)  | 0.702               | 0.699           | 0.070                      | 10.084                   | 0.000    |
| Y10 <- Ikatan Emosional (Y) | 0.719               | 0.715           | 0.073                      | 9.786                    | 0.000    |
| Y2 <- Ikatan Emosional (Y)  | 0.781               | 0.782           | 0.042                      | 18.809                   | 0.000    |
| Y3 <- Ikatan Emosional (Y)  | 0.791               | 0.788           | 0.037                      | 21.199                   | 0.000    |
| Y4 <- Ikatan Emosional (Y)  | 0.783               | 0.782           | 0.042                      | 18.521                   | 0.000    |
| Y5 <- Ikatan Emosional (Y)  | 0.767               | 0.761           | 0.050                      | 15.458                   | 0.000    |
| Y6 <- Ikatan Emosional (Y)  | 0.770               | 0.770           | 0.045                      | 17.175                   | 0.000    |

**Outer Loadings**

|                              | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics ( O /STDEV) | P Values |
|------------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| Y7 <- Ikatan Emosional (Y)   | 0.728               | 0.729           | 0.060                      | 12.148                   | 0.000    |
| Y8 <- Ikatan Emosional (Y)   | 0.799               | 0.801           | 0.040                      | 20.205                   | 0.000    |
| Y9 <- Ikatan Emosional (Y)   | 0.779               | 0.781           | 0.050                      | 15.700                   | 0.000    |
| Z1 <- Loyalitas Nasabah (Z)  | 0.729               | 0.727           | 0.049                      | 14.859                   | 0.000    |
| Z10 <- Loyalitas Nasabah (Z) | 0.761               | 0.758           | 0.064                      | 11.912                   | 0.000    |
| Z14 <- Loyalitas Nasabah (Z) | 0.738               | 0.733           | 0.051                      | 14.408                   | 0.000    |
| Z16 <- Loyalitas Nasabah (Z) | 0.752               | 0.747           | 0.048                      | 15.722                   | 0.000    |
| Z5 <- Loyalitas Nasabah (Z)  | 0.792               | 0.790           | 0.046                      | 17.208                   | 0.000    |
| Z6 <- Loyalitas Nasabah (Z)  | 0.757               | 0.757           | 0.050                      | 15.296                   | 0.000    |
| Z7 <- Loyalitas Nasabah (Z)  | 0.788               | 0.787           | 0.041                      | 19.110                   | 0.000    |
| Z8 <- Loyalitas Nasabah (Z)  | 0.741               | 0.741           | 0.060                      | 12.393                   | 0.000    |

## 2. Output Discriminant Validity

### Discriminant Validity

|     | Co-Branding (X) | Ikatan Emosional (Y) | Loyalitas Nasabah (Z) |
|-----|-----------------|----------------------|-----------------------|
| Y7  | 0.383           | 0.728                | 0.610                 |
| Y8  | 0.479           | 0.799                | 0.694                 |
| Y9  | 0.416           | 0.779                | 0.646                 |
| Z1  | 0.461           | 0.715                | 0.729                 |
| Z10 | 0.543           | 0.561                | 0.761                 |
| Z14 | 0.407           | 0.473                | 0.738                 |
| Z16 | 0.468           | 0.569                | 0.752                 |
| Z5  | 0.488           | 0.584                | 0.792                 |
| Z6  | 0.457           | 0.599                | 0.757                 |
| Z7  | 0.527           | 0.509                | 0.788                 |
| Z8  | 0.518           | 0.497                | 0.741                 |

### Discriminant Validity

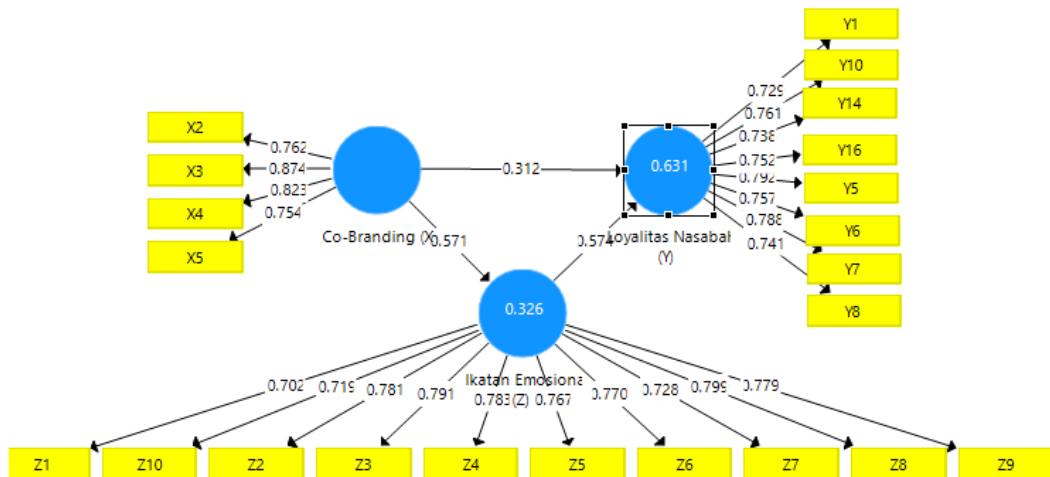
|     | Co-Branding (X) | Ikatan Emosional (Y) | Loyalitas Nasabah (Z) |
|-----|-----------------|----------------------|-----------------------|
| X2  | 0.762           | 0.434                | 0.490                 |
| X3  | 0.874           | 0.534                | 0.580                 |
| X4  | 0.823           | 0.407                | 0.455                 |
| X5  | 0.754           | 0.447                | 0.521                 |
| Y1  | 0.325           | 0.702                | 0.487                 |
| Y10 | 0.400           | 0.719                | 0.544                 |
| Y2  | 0.568           | 0.781                | 0.540                 |
| Y3  | 0.452           | 0.791                | 0.566                 |
| Y4  | 0.496           | 0.783                | 0.506                 |
| Y5  | 0.371           | 0.767                | 0.519                 |
| Y6  | 0.425           | 0.770                | 0.583                 |

### 3. Output Construk Reliability and Validity

#### Construct Reliability and Validity

|                       | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average Variance Extracted (AVE) |
|-----------------------|------------------|-------|-----------------------|----------------------------------|
| Co-Branding (X)       | 0.818            | 0.826 | 0.880                 | 0.648                            |
| Ikatan Emosional (Z)  | 0.920            | 0.923 | 0.933                 | 0.581                            |
| Loyalitas Nasabah (Y) | 0.894            | 0.896 | 0.915                 | 0.574                            |

### 4. Output Bootstrapping Model Strukturalnya



### 5. Output Path Coefficients

|   | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics ( O/STDEV ) | P Values |
|---|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| Co-Branding (X) -> Ikatan Emosional (Z)       | 0.571               | 0.580           | 0.068                      | 8.434                    | 0.000    |
| Co-Branding (X) -> Loyalitas Nasabah (Y)      | 0.312               | 0.306           | 0.079                      | 3.935                    | 0.000    |
| Ikatan Emosional (Z) -> Loyalitas Nasabah (Y) | 0.574               | 0.586           | 0.069                      | 8.358                    | 0.000    |

### 6. Output Indirect Effect

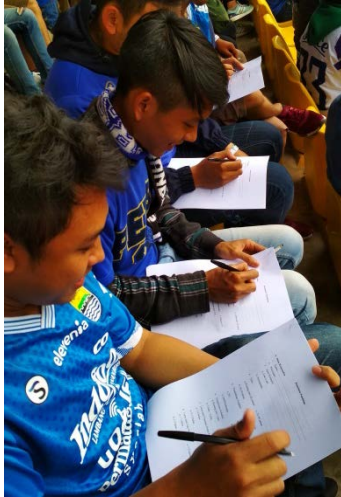
#### Specific Indirect Effects

|  | Original Sample (...) | Sample Mean (...) | Standard Devia... | T Statistics ( O/STD... | P Values |
|--|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------------|----------|
| Co-Branding (X) -> Ikatan Emosional (Z) -> Loyalitas Nasabah (Y) | 0.327                 | 0.339             | 0.054             | 6.015                   | 0.000    |



**LAMPIRAN 5:**

**DOKUMENTASI DAN BUKTI PENELITIAN**





## VIKING PERSIB CLUB

sekretariat.viking@gmail.com

Nomor : 002/II/VPC/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Bukti Penelitian

Bandung, 13 Februari 2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yana Umar  
Jabatan : Dirigen Viking Persib Club  
Pekerjaan : Wiraswasta

Menerangkan bahwa :

Nama : Hafid Jalaludin  
NIM : 15820123  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Telah melakukan penelitian di organisasi yang kami pimpin, pada tanggal 8-14 Februari 2018. Dengan menggunakan kuisisioner penelitian yang ditunjukan kepada anggota Viking Persib Club / Bobotoh yang memiliki produk Member Permata Syariah Persib yang bekerja sama dengan tim Persib Bandung.

Demikian surat ini kami buat untuk menjadi bukti penelitian yang telah di laksanakan oleh sodara tersebut diatas, semoga dapat menunjang data yang telah didapat.

a.n. Ketua

Dirigen Viking Persib Club



Yana Umar

<http://vikingpersib.co.id/>



## CURRICULUM VITAE



**Hafid Jalaludin**

Contact



081808166989



Hafidj22@gmail.com



Jalaludin\_hafid

### BASIC SKILL

Ms. Word



Corel Draw



Photoshop



### PROFIL

Tempat Tgl Lahir : Pandeglang, 03 Agustus 1996  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Alamat : Jl. Raya Sumur, Kp. Sadang Kolot RT 01/RW 01,  
Desa Ciburial, Kec. Cimanggu.  
Kab . Pandeglang,- Banten  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah

### PENDIDIKAN

2003-2009 : SD Negeri 3 Ciburial  
2009-2012 : SMP Negeri 1 Cibaliung  
2012-2015 : SMA Negeri 6 Pandeglang  
2015-2019 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
2015-2019 : Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Nurussalam

### EXPERIENCE

2018 : Volunteer Asian Games Jakarta-Palembang  
2018-2019 : Relawan LazisNU D.I Yogyakarta  
2017-2018 : Sekretaris Himpunan Keluarga da Mahasiswa  
Pandeglang-Yogyakarta  
2018-2019 : Simpul FC