

**PENGARUH *BRAND IMAGE* BANK SYARIAH TERHADAP MINAT  
PINJAMAN MODAL UMKM  
(Studi Kasus Pada Bank Kal-Sel Syariah Kota Banjarmasin)**

Rizki Fathur Rahman<sup>1</sup>, S. Purnamasari, SH., S.Sos, I. MSI,<sup>2</sup>, Zakiyah, SS., MSI<sup>3</sup>

Islam, 60202, Ekonomi Syariah, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 17.51.0137

Islam, 60202, Ekonomi Syariah, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 061.110.308

Islam, 60202, Ekonomi Syariah, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 061.310.672

**FAKULTAS STUDI ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN MUHAMMAD ARSYAD ALBANJARI  
BANJARMASIN**

E-mail: [rizkihd01@gmail.com](mailto:rizkihd01@gmail.com)

**ABSTRAK**

Rizki Fathur Rahman, 2021. Pengaruh *Brand Image* Bank Syariah Terhadap Minat Pinjam Modal UMKM (Studi kasus Bank Kal-Sel Syariah) Skripsi, Fakultas Studi Islam Program Studi S1-Ekonomi Syariah. Pembimbing I : S.Purnamasari, SH., S. Sos, I, MSI dan Pembimbing II : Zakiyah, SS., MSI.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi dimana pemerintah Indonesia begitu gencar mendorong pertumbuhan investasi dan wirausaha. Sejalan dengan itu, diharapkan Perbankan syariah dapat berkontribusi mewujudkan tujuan pemerintah dengan memberikan pembiayaan kepada calon investor dan wirausahawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Brand Image terhadap minat pinjam modal UMKM menggunakan jasa pembiayaan di bank syariah melalui Minat sebagai variabel intervening. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan data peminjaman nasabah dari Bank Kal-Sel Syariah.. Analisis data pada penelitian ini yaitu analisis data kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling. Sampel yang diperoleh sebanyak 28 responden. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS versi 20. Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji F test, uji statistik T tes.. Hasil uji Ttest menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pinjam modal UMKM.

**Kata Kunci: Brand Image, Minat Pinjam, UMKM.**

## **ABSTRACT**

*Rizki Fathur Rahman. 2021. The Influence of Islamic Bank Brand Image on MSME Interest in Borrowing Capital (Case Study of Bank Kal-Sel Syariah) Thesis, Faculty of Islamic Studies, S1-Islamic Economics Study Program. Advisor I : S. Purnamasari, SH., S. Sos, I, MSI and Advisor II : Zakiyah, SS., MSI.*

*This research is motivated by the conditions where the Indonesian government is so aggressively encouraging the growth of investment and entrepreneurship. In line with that, it is hoped that Islamic banking can contribute to realizing the government's goals by providing financing to potential investors and entrepreneurs. The purpose of this study was to determine the effect of Brand Image on interest in lending to MSMEs using financing services at Islamic banks through interest as an intervening variable. Data was collected through questionnaires and customer loan data from Bank Kal-Sel Syariah. The data analysis in this study was quantitative data analysis. Sampling using probability sampling technique. The samples obtained were 28 respondents. The analytical tool in this study uses SPSS version 20. This analysis includes validity test, reliability test, F test, statistical test T test. The results of the T-test show that brand image has a positive and significant effect on MSMEs' interest in borrowing capital.*

**Keywords : Brand Image, Interest in Borrowing, UMKM.**

## DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brandname*. New York: Free Press

Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perbankan Syariah UU No 21 Tahun 2008*, (Bandung: PT Aditama, 2009).

Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah, (Jakarta: PT ORajaGrafindo Persada, 2013). Bambang Sunggono, *Metodelogi Penelitian Hukum* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997).

Ferrina dewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Gatot Supramono. *Perjanjian Utang Piutang*, (jakarta: Kencana, 2013)

Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000).

Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Jakarta: Setia Purna Inves, 2007). Ikit, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Gava Media, 2018).

Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan Konvensional & Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015).

Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011) Keller. (1993). *How to manage brand equity*. Jakarta: gramedia pustaka.

Mappiare, Andi, 1994. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dann Pendidikan*. Surabaya: Usana Offset Printing

Mappiare, Andi, 1994. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*.

Surabaya: Usana Offset Printing

Muhammad, *Bank Syariah Problema dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, (Yogyakarta: Draha Ilmu, 2005).

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004). Mia Lesm Wardia, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013)

Poerwadaminta, W.J.S., 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi III*. Jakarta: Balai Pustaka.

Riduwan, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008)