

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
GUNA MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT UNTUK
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU KEUANGAN ISLAM**

OLEH:

DAMAYANTI MAYSAROH

10391022

PEMBIMBING:

Drs. A YUSUF KHOIRUDDIN, SE., M.Si.

**PRODI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2014

ABSTRAK

Perekonomian berbasis syariah sedang mengalami pertumbuhan yang baik, terutama pada bidang perbankan syariah. Dari waktu ke waktu aset yang dimiliki perbankan syariah terus tumbuh dan cukup signifikan. Diakhir tahun 2013 saja aset perbankan syariah mencapai 4,4 % dari perbankan nasional.

Permasalahan pada penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh sosial, pribadi, budaya, psikologis, lokasi, produk, pelayanan, fasilitas serta promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah BNI Syariah dan BRI Syariah dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengujian pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Dari R^2 variabel independen berpengaruh sebesar 55,4% terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian dengan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa budaya (X_3), psikologi (X_4), lokasi (X_5) dan promosi (X_9) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Variabel yang paling berpengaruh adalah promosi dan pengaruh terkecil terdapat pada psikologis.

Kata Kunci: Keputusan nasabah, sosial, pribadi, budaya, psikologis, lokasi, produk, pelayanan, fasilitas, promosi.

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi

Saudari Darnayanti Maysaroh

Lamp. : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama : Damayanti Maysaroh
NIM : 10391022
Judul Skripsi : *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*


Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi *Keuangan Islam* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Keuangan Islam.

Denagan ini kami mengharap agar skripsi Saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 11 Juni 2014

Pembimbing



Drs. A. Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.

NIP 19661119 199203 1 002



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: UIN.02/ K.KUI-SKR/ PP. 009/ 043/ 2014

Skripsi/ tugas akhir dengan judul :

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH.”

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Damayanti Maysaroh

NIM : 10391022

Telah dimunaqasyahkan pada : 19 Juni 2014

Nilai : A/B

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji I

Sunaryati, SE., M.Si
NIP. 19751114 200212 2 002

Penguji II

H. M. Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag
NIP. 19720913 200312 1 001

Yogyakarta, 23 Juni 2014



Prof. Noorhaidi, MA, M.Phil, Ph.D.
NIP. 19711207 199503 1 002

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum wr. wb.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Damayanti Maysaroh
NIM : 10391022
Prodi : Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah" adalah benar-benar merupakan *hasil karya penyusun sendiri*, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 11 Juni 2014

Penyusun



Damayanti Maysaroh
10391022

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	Ba'	b	be
ت	Ta'	t	te
ث	sa'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ʿ	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	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	ﺀ	apostrof
ي	ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة عدة	Ditulis Ditulis	<i>Muta'addidah</i> <i>'iddah</i>
---------------	--------------------	--------------------------------------

C. Ta' marbutah

Semua *ta' marbutah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir 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 علة كرامة الأولياء	Ditulis ditulis ditulis	Hikmah 'illah karamah al-auliya'
-------------------------------	-------------------------------	--

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----	Fathah	ditulis	A
-----	Kasrah	ditulis	i
-----	Dammah	ditulis	u

فعل ذُكر يذهب	Fathah Kasrah Dammah	ditulis ditulis ditulis	fa'ala zukira yazhabu
---------------------	----------------------------	-------------------------------	-----------------------------

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جاهلية	Ditulis ditulis	A jahiliyyah
2. fathah + ya' mati تنسى	ditulis ditulis	a tansa
3. Kasrah + ya' mati كريم	ditulis ditulis	i karim
4. Dammah + wawu mati فروض	ditulis ditulis	u furud

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati بينكم	Ditulis ditulis	Ai bainakum
2. fathah + wawu mati قول	ditulis ditulis	au qaul

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم أعدت لننشكرتم	Ditulis ditulis ditulis	a'antum u'iddat la'in syakartum
--------------------------	-------------------------------	---------------------------------------

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن القياس	ditulis ditulis	<i>al-Qur'an</i> <i>al-Qiyas</i>
------------------	--------------------	-------------------------------------

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

السَّمَاء الشَّمْس	ditulis ditulis	<i>as-Sama'</i> <i>asy-Syams</i>
-----------------------	--------------------	-------------------------------------

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذو الفروض أهل السنة	ditulis ditulis	<i>zawi al-furud</i> <i>ahl as-sunnah</i>
------------------------	--------------------	--

MOTTO

*Jangan Takut Untuk Berbeda Karena Perbedaan
Itu Indah*



PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- *Ibuku tersayang yang selalu memberi dukungan moril dalam pengerjaan skripsi ini.*
- *Kakakku tersayang, yang memberikan motivasi agar aku terus berjuang.*



KATA PENGANTAR



Puji syukur penyusun atas kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Prodi Keuangan Islam, Fakultas Syari’ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, MA., M.Phil., Ph.D selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak H. Muhammad Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Prodi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si selaku pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memotifasi sehingga dapat terselesainya skripsi ini.
4. Mansur, S.Ag., M.Ag selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dari awal proses kuliah hingga akhir semester.

5. Staf bagian akademik Prodi Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.
6. Kepada ibuku tercinta Nani Erihadi Kartini yang telah memberikan motivasi, semangat, doa yang tanpa henti serta dukungan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
7. Kakakku tersayang Ratih Aisyah yang menjadi motivasi bagi penulisan skripsi ini.
8. Untuk temanku Noor Fakhria Utami dan Asmi Ayu Megawati yang selalu menyemangatiku tiada henti.
9. Dan semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Yogyakarta, 11 Juni 2014

Penyusun

Damayanti Maysaroh

10391022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah.....	3
C. Tujuan dan Kegunaan	4
D. Sistematika Pembahasan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Telaah Pustaka	8
B. Kerangka Teoritik	10
1. Pemasaran	10
2. Konsep Pemasaran	11
3. Perilaku Konsumen	16
a. Sosial.....	17
b. Pribadi	20
c. Budaya.....	22
d. Psikologis	23
4. Proses Keputusan	28
5. Bauran Pemasaran.....	30
a. Produk	31
b. Harga.....	32
c. Lokasi.....	32
d. Promosi	34

6. Pelayanan	36
7. Fasilitas	37
8. Perilaku Konsumen Muslim.....	38
C. Kerangka Pemikiran.....	41
D. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Jenis dan Sumber Data	48
C. Metode Pengumpulan Data	49
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	50
E. Pengukuran Variabel.....	51
F. Metode Analisis Data	52
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS DATA	61
A. Gambaran Umum	61
B. Karakteristik Responden	62
C. Deskripsi Hasil Pengukuran Variabel	65
D. Analisis Data dan Pembahasan	67
1. Uji Validitas	67
2. Uji Reliabilitas	69
3. Uji Asumsi Klasik	69
a. Normalitas	70
b. Autokorelasi	70
c. Multikolinieritas	71
d. Heteroskedastitas.....	71
4. Analisis Regresi Linier Berganda	72
5. Uji F	75
6. Koefisien Determinasi.....	76
7. Uji T	76
8. Pembahasan Hipotesis.....	82
BAB V PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Keterbatasan dan Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	I
CURICULUM VITAE.....	XXI

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	64
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah	65
Tabel 4.7 Tabel Validitas	68
Tabel 4.8 Tabel Reliabilitas	69
Tabel 4.9 <i>Kolmogorov Smirnov</i>	70
Tabel 4.10 Multikolinearitas	71
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 2.2 Hierarki Kebutuhan Maslow	25
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	41



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Krisis ekonomi tahun 2007 yang terjadi, menjadi ajang pembuktian bagi ekonomi Islam. Karena setelah krisis itu terjadi bank syariah tetap bertahan dan tidak jatuh seperti halnya bank konvensional. Dari kejadian itu, banyak pelaku ekonomi mulai mempertimbangkan konsep syariah yang dirasa tahan ataupun kokoh dari berbagai terjangan.

Bank syariah juga merupakan salah satu solusi yang diharapkan dapat melindungi nasabah dari rasa kecemasan, keraguan serta ketidak pastian yang ditimbulkan dari perbankan konvensional. Hal ini dikarenakan bank syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan konsep bunga. Konsep yang diusung oleh bank syariah ini adalah nisbah bagi hasil, yang berlandaskan Al Qur'an dan hadist.

Hal yang paling membedakan dan menjadi kelebihan dari konsep bagi hasil adalah konsep ini lebih menekankan pada kemaslahatan umat manusia, sedangkan konsep bunga lebih mementingkan pemenuhan pribadi tanpa memperhatikan dampak sosial yang terjadi.

Dengan konsep bagi hasil ini, tidak heran bila nasabah bank syariah terdiri dari berbagai lapisan masyarakat. Mereka juga berasal dari berbagai ras, suku, dan

bahkan berbagai agama. Mereka memilih bank syariah karena, mereka menilai bahwa bank syariah dapat menjadi penunjang ekonomi yang handal dan beroperasi secara sehat. Hal ini dikarenakan terdapat misi kebersamaan antara nasabah dan bank. Selain itu, bank syariah dapat berjalan berdampingan dengan bank konvensional yang terlebih dahulu sudah berdiri, karena bank syariah tidak bersifat eksklusif hanya untuk umat muslim saja, namun tidak ada larangan juga bagi umat non-muslim untuk menggunakan jasa bank ini.

Perkembangan bank syariah juga cukup bagus di Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis Bank Indonesia (BI),¹ aset perbankan syariah per Oktober 2013 sudah mencapai Rp 179 triliun atau sekitar 4,4 persen dari aset perbankan nasional. Sementara Dana Pihak Ketiga (DPK) Rp 137 triliun. Total pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah sebesar Rp 139 triliun, melebihi jumlah DPK. Hal ini mengindikasikan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) perbankan syariah di atas 100 persen.

Peningkatan signifikan juga terjadi pada jumlah nasabah bank syariah, dari tahun 2012-2013 tumbuh sebesar 16,6 persen. Pada Oktober 2013, jumlah nasabah bank syariah mencapai 15,6 juta rekening baik nasabah DPK maupun nasabah pembiayaan. Jumlah itu meningkat dibandingkan tahun 2012 di mana jumlah pemilik rekening sebanyak 13,4 juta nasabah.²

¹ Bank Indonesia, Statistik Perbankan Syariah (Jakarta: Bank Indonesia, 2013), hlm. 6, <http://www.bi.go.id>, diakses pada 8 Juni 2014.

² *Ibid.*, hlm. 34.

Pada kota Yogyakarta pertumbuhan bank syariah juga cukup signifikan. Hal ini dapat terlihat dari jumlah aset perbankan syariah di kota ini mencapai Rp 4,3 milyar rupiah. Kota ini juga telah menyalurkan dana sebesar Rp 2,1 milyar untuk kegiatan pembiayaannya. Terdapat beberapa bank syariah yang telah berdiri di kota ini diantaranya Bank Mandiri Syariah, Bank Muamalat Indonesia, Bank Rakyat Indonesia Syariah, Bank Negara Indonesia Syariah.

Dari uraian diatas penyusun tertarik untuk meneliti lebih lanjut faktor-faktor mana sajakah yang berpengaruh secara signifikan dalam keputusan yang diambil nasabah. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul penelitian ini, **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah.**

B. Pokok Masalah

Dari uraian di atas, penulis menemukan beberapa masalah yang akan dibahas, diantaranya:

1. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
2. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
3. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
4. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?

5. Apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
6. Apakah faktor produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
7. Apakah faktor pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
8. Apakah faktor fasilitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
9. Apakah faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
10. Apakah faktor sosial, pribadi, budaya, psikologis, lokasi, produk, pelayanan, fasilitas, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan dari penelitian ini berdasarkan pokok masalah adalah:
 - a. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - b. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - c. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor budaya terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - d. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

- e. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - f. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - g. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - h. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor fasilitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - i. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - j. Menjelaskan dan menganalisis pengaruh secara simultan faktor sosial, pribadi, budaya, psikologis, lokasi, produk, pelayanan, fasilitas, promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
2. Kegunaan penelitian
- a. Bagi Bank syariah

Untuk meningkatkan pemahaman terhadap karakteristik dan perilaku nasabah dalam memilih bank syariah, dalam upaya mendukung strategi pengembangan bank syariah di masa yang akan datang.

b. Bagi Peneliti

Sebagai sumber informasi bagi penelitian-penelitian yang akan datang, serta memberi kontribusi keilmuan bagi semua aktivitas akademik dalam bidang keuangan islam.

D. Sistematika Pembahasan

Penyusun skripsi ini akan disajikan dalam sistematika penyusunan dan pembahasan yang terdiri atas lima (5) bab. Bab I adalah Pendahuluan, menguraikan argumentasi terhadap pentingnya penelitian ini. Bab ini, mencakup latar belakang masalah sebagai landasan pembahasan lebih lanjut, pokok masalah yang berguna untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian yang menguraikan alasan pentingnya penelitian ini dilakukan, serta sistematika pembahasan untuk memudahkan pengecekan bagian-bagian penelitian pendahuluan.

Bab II adalah telaah pustaka yang menjelaskan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penulis dalam penulisan penelitian ini, kerangka teoritik yang membahas mengenai tinjauan teoritis, hubungan antara teori-teori yang digunakan dalam penelitian dengan pengembangan hipotesis, kerangka pemikiran berisi kesimpulan dari telaah literatur yang digunakan untuk menyusun asumsi atau hipotesis yang selanjutnya disambung hipotesis yang dirumuskan, informasi mengenai variabel-variabel penelitian dan kerangka berpikir.

Bab III adalah metode penelitian yang menjelaskan mengenai jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan

data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data sebagai alat pisau analisis yang digunakan untuk melakukan penelitian.

Bab IV adalah gambaran kondisi umum objek penelitian yang dalam hal ini adalah BNI Syariah dan Bank X Syariah. Selanjutnya pembahasan yang berisi tentang hasil analisis dari pengolahan data, baik analisis data secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Selanjutnya, dilakukan pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti selama periode penelitian.

Bab V adalah penutup, bab ini memaparkan kesimpulan, keterbatasan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosial Terhadap Keputusan Nasabah

Tidak terdapat pengaruh variabel sosial terhadap keputusan nasabah. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, dimana hasil t_{hitung} (0,484) lebih kecil daripada t_{tabel} (1,661). Indikator keluarga dan orang sekitar ternyata tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

2. Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah

Tidak terdapat pengaruh variabel pribadi terhadap keputusan nasabah. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, dimana hasil t_{hitung} (-1,829) lebih kecil daripada t_{tabel} (1,661). Indikator keadaan ekonomi dan pekerjaan ternyata tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

3. Budaya Terhadap Keputusan Nasabah

Terdapat pengaruh positif variabel budaya terhadap keputusan nasabah. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, dimana hasil t_{hitung} (2,759) lebih besar daripada t_{tabel} (1,661). Indikator kebudayaan dan kelas

sosial ternyata mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

4. Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah

Terdapat pengaruh positif variabel psikologis terhadap keputusan nasabah. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, dimana hasil t_{hitung} (2,015) lebih besar daripada t_{tabel} (1,661). Indikator persepsi dan opini ternyata mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

5. Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah

Terdapat pengaruh positif variabel lokasi terhadap keputusan nasabah. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, dimana hasil t_{hitung} (2,449) lebih besar daripada t_{tabel} (1,661). Indikator pusat keramaian dan mudah dijangkau ternyata mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

6. Produk Terhadap Keputusan Nasabah

Tidak terdapat pengaruh variabel produk terhadap keputusan nasabah. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, dimana hasil t_{hitung} (1,170) lebih kecil daripada t_{tabel} (1,661). Indikator varian produk dan keamanan ternyata tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

7. Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah

Tidak terdapat pengaruh variabel pelayanan terhadap keputusan nasabah. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, dimana hasil t_{hitung} (0,584) lebih kecil daripada t_{tabel} (1,661). Indikator kesigapan dan

kesopanan para pegawai ternyata tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

8. Fasilitas Terhadap Keputusan Nasabah

Tidak terdapat pengaruh variabel fasilitas terhadap keputusan nasabah. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, dimana hasil t_{hitung} (1,144) lebih kecil daripada t_{tabel} (1,661). Indikator tersebarnya ATM dan lahan parkir ternyata tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

9. Promosi Terhadap Keputusan Nasabah

Terdapat pengaruh positif variabel promosi terhadap keputusan nasabah. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, dimana hasil t_{hitung} (3,292) lebih besar daripada t_{tabel} (1,661). Indikator undian dan kemudahan yang didapat ternyata mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

B. Keterbatasan dan Saran

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini fokus terhadap 9 variabel saja, yakni sosial, pribadi, budaya, psikologis, lokasi, produk, pelayanan, fasilitas dan promosi. Dari pengujian regresi linier berganda didapat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,554, yang dapat diartikan pengaruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi keputusan nasabah sebesar 55,4%, dan 44,6% dipengaruhi oleh vator independen lain diluar penelitian.

2. Penelitian ini hanya mengambil objek pada dua bank saja yakni BNI Syariah dan Bank X Syariah. Mungkin hasil pengujian ini akan mempunyai pengaruh yang berbeda apabila dilakukan pada bank syariah yang lain.

Adapun beberapa saran yang peneliti dapat rekomendasikan kepada pihak BNI Syariah dan Bank X Syariah antara lain:

1. Pada penelitian ini variabel budaya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Indikator yang paling dominan pada variabel ini adalah kelas sosial. Kelas sosial disini menyangkut dengan tarif pada produk dan jasa yang ditawarkan pihak bank. Peneliti harap BNI Syariah dan Bank X Syariah mulai memperhitungkan bahwa pengaruh tarif cukup mempengaruhi keputusan konsumen. Jadi peneliti harap pihak bank mulai memusatkan perhatiannya pada masalah penetapan harga pada produk dan jasa yang ditawarkan perbankan.
2. Pada penelitian ini variabel psikologis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Indikator yang paling dominan dalam variabel ini adalah persepsi. Persepsi terbentuk berdasarkan informasi yang diterima seseorang. Semakin positif informasi suatu produk maka persepsi yang dimiliki akan semakin bagus. Walaupun persepsi bisa dipengaruhi oleh hal lain, penting bagi pihak bank untuk membentuk persepsi positif kepada para calon nasabahnya.
3. Pada penelitian ini variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Indikator yang paling dominan dari variabel

ini adalah mudah dijangkau. Mudah dijangkau berkaitan dengan letak suatu bangunan yang memiliki akses yang cukup mudah dilalui. Apabila pihak bank ingin membuka cabang baru peneliti berharap pihak bank memperhatikan lokasi yang dikehendaki.

4. Pada penelitian ini variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Indikator yang paling dominan dalam variabel ini adalah kemudahan yang didapat. Pihak bank biasanya menjalin kerjasama dengan pihak tertentu untuk memanjakan nasabahnya. Kemudahan inilah yang hendak diberi perhatian khusus, karena pengaruh variabel ini merupakan pengaruh yang paling besar diantara tiga variabel yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Augustine, Yvonne dan Kristaung, Robert. 2013. Metodologi Penelitian Bisnis dan Akuntansi,. PT Dian Rakyat, Jakarta.
- Boyd, Walker, Larreche, 2000. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global, Erlangga, Jakarta
- Chr. Jimmy L. Gaol. 2008. Sistem Informasi Manajemen Pemahaman dan Aplikasi. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Imam Ghazali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Kasmir. 2012. Manajemen Perbankan. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip.1998. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Muflih, M. 2006. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Purbaya dan Ashari. 2005. Analisis Statistik dengan Microsoft excel dan SPSS. Andi, Yogyakarta
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Moderen. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran Edisi Pertama. Andy Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. Manajemen Jasa. Andy Offset, Yogyakarta.
- Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah. 2012. Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar). Alfabeta, Bandung

Jurnal dll

- Akhmad Mardalis dan Edwin Zusrony, *Variabel-variabel yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Bank Syariah*. http://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/1351/daya_saing_10_2_2009_1_ahmad_mardalis.pdf?sequence=1.
- Ari Budi Sulistiyono.2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap*. Skripsi Universitas Diponegoro, 2010. Semarang
- Doni Hariadi. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision*. Jurnal dan Riset Manajemen Volume 1 nomor 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEIA), 2013. Surabaya.
- Firda Amalia. *Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Penambah Tenaga Cair Merek M-150 Di Semarang*. Skripsi Universitas Diponegoro, 2011. Semarang.
- Pradana Jaka Peurnama. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi Universitas Diponegoro, 2011. Semarang.
- Shofia Mauizotun Hasanah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Konsumen, dan Periklanan Program FAEDAH (Fasilitas Serba Mudah) Tabungan BRI Syariah Terhadap Minat Menabung Nasabah*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014. Yogyakarta
- Tri Novi Sriwijayani. *Pengaruh Buran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit BRI*. Tesis Universitas Sebelas Maret, 2008. Surakarta
- Yayan Fauzi. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah: Studi Kasus Pada BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2010. Yogyakarta.
- http://lecturer.poliupg.ac.id/nasirtonna/Publikasi/ARTIKEL_Bank%20Syariah.pdf
Diakses pada 23 Mei 2013
- <http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/183800E1-0857-4FD7-BAFFBB2E1140859C/13440/BPSESJatimindonesia.pdf> diakses pada 23 Mei 2013
- http://www.suarasusu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=1597 diakses 23 Mei 2013.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Ditengah kesibukan Bapak/ Ibu/ Saudara selaku nasabah Bank Syariah Cabang Yogyakarta, kami memohon kesediannya untuk mengisi angket yang tersedia yang digunakan untuk kepentingan penelitian atau penyusunan skripsi atas nama Damayanti Maysaroh, mahasiswa Prodi Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul: **FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH.**

Demikian permohonan kami sampaikan, kurang lebihnya kami mohon maaf. Atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara dalam mengisi angket, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Hormat Kami,

Damayanti Maysaroh

Kami memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara untuk mengisi pertanyaan berikut, dengan cara mengisi titik-titik dibawah ini atau memberikan tanda centang (\surd) pada kolom yang tersedia.

Umur : _____

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Pendidikan Terakhir : SMP SMA D3

S1 S2

Pekerjaan : PNS Pegawai Swasta

Wiraswasta Pelajar/ Mahasiswa

Agama : Islam Kristen/ Katolik

Budha Hindu

Bank Syariah : BNI Syariah Bank X Syariah

Bapak/ Ibu/ Saudara diminta untuk menilai kinerja Bank Syariah dengan cara mencentang (√) salah satu jawaban yang tersedia.

Keterangan: **SS = Sangat Setuju**
S = Setuju
KS = Kurang Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

VARIABEL BEBAS

A Faktor Eksternal

Pertanyaan		SS	S	KS	TS	STS
1	Sosial					
	a. Saya memilih Bank Syariah ini karena keluarga saya menggunakannya.					
	b. Saya memilih Bank Syariah ini karena teman dan orang disekitar saya juga menggunakannya.					
2	Pribadi					
	a. Saya memilih Bank Syariah ini karena sesuai dengan keadaan ekonomi saya.					
	b. Saya memilih Bank Syariah ini karena pekerjaan saya.					
3	Budaya					
	a. Saya memilih Bank Syariah ini karena sesuai dengan kebudayaan negara saya.					
	b. Saya memilih Bank Syariah ini karena sesuai dengan kelas sosial yang saya miliki.					
4	Psikologis					
	a. Saya memilih Bank Syariah ini karena sesuai dengan persepsi yang saya miliki.					
	b. Saya memilih Bank Syariah ini karena opini positif dari masyarakat.					

B Faktor Internal

Pertanyaan		SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi					
	a. Saya memilih Bank Syariah ini karena lokasinya dekat dengan pusat keramaian.					
	b. Saya memilih Bank Syariah ini karena lokasinya mudah dijangkau.					
2	Produk					
	a. Saya memilih Bank Syariah ini karena produk yang ditawarkan menarik.					

	b. Saya memilih Bank Syariah ini karena produk yang ditawarkan terjamin keamanannya.					
3	Pelayanan					
	a. Saya memilih Bank Syariah ini karena pelayanan/ kesopanan para pegawai. b. Saya memilih Bank Syariah ini karena kesigapan petugas dalam melayani nasabah.					
4	Fasilitas					
	a. Saya memilih Bank Syariah ini karena ATMnya tersebar dimana-mana. b. Saya memilih Bank Syariah ini karena memiliki lahan parkir yang luas dan aman.					
5	Promosi					
	a. Saya memilih Bank Syariah ini karena terdapat undian berhadiahnya. b. Saya memilih Bank Syariah ini karena kemudahan yang saya dapat apabila menjadi nasabah.					

VARIABEL TERIKAT

Pertanyaan		SS	S	KS	TS	STS
	Keputusan Memilih Bank Syariah					
	a. Saya memilih Bank Syariah ini karena setorannya rendah. b. Saya memilih Bank Syariah ini karena terdapat kerja sama dengan Bank lain dalam hal ATM.					

_____ **TERIMA KASIH** _____

Data Mentah

S		P		B		Ps		L		Pr		Pl		F		Pr		K	
4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	3	4	3	3	5	3	5	4	5	5
3	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	5	4
1	4	2	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	1	5	4	5
4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5
4	3	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
2	2	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5
3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
2	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	3	4	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	2	5	3	2	2	5	4	5	5	4	3	2	3	5	4	2	4	4	5
3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
4	4	5	5	2	2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	5
4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5
2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
1	1	4	1	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4
3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4
4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5
2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	2	4
4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5
2	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4
3	3	5	5	5	5	5	3	3	3	4	5	4	4	5	5	2	5	5	5
4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
2	4	2	2	2	2	4	4	1	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2
4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5

3	3	1	1	2	2	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5
4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	1	5	2	2	4	4	5	1	5	5	5	4	4	4	3	1	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	4	3
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	3	3	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
1	1	1	5	1	1	1	1	5	5	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1
5	3	5	3	3	5	5	1	1	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	1
1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
2	2	2	2	4	2	5	4	4	4	3	4	4	4	2	3	2	4	3	5
4	3	2	1	1	1	4	2	3	3	1	5	3	3	3	3	3	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4
4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
2	2	2	2	2	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4
3	3	4	3	2	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	3	2	4	2	4
4	4	4	3	3	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
4	3	4	3	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4
3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4
4	5	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
1	1	2	2	4	4	5	5	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	5
4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4
4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	2	2	1	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4
3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
1	1	1	1	1	1	5	3	1	1	2	4	4	4	4	2	1	4	1	1
5	4	5	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	4	3	3	3	4	5	4
5	3	4	5	4	2	5	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4
4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	2	4	4	5	4	3	4	2	5

4	5	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
1	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	2	4	4	5	4	3	4	2	5
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	5	4	4	4	4	3	4	3	4
5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
2	2	2	2	2	2	5	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4
4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
3	3	4	3	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
4	5	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
2	4	3	3	2	2	4	4	3	4	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
1	1	1	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	3	3	1	1	5	3
3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
4	1	3	1	4	1	2	2	2	2	2	3	3	4	3	4	5	2	5	3
4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5
5	5	2	2	2	2	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	4
3	3	2	2	2	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4
1	1	1	4	1	1	5	5	1	5	1	5	1	1	5	1	1	1	1	1
4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	3	4	4	4

Kriteria	SS	S	KS	TS	STS	Total
Sosial	9	53	18	11	9	100
	19	43	22	7	9	100
Pribadi	13	44	24	14	5	100
	7	38	36	13	6	100
Budaya	8	43	30	13	6	100
	10	46	22	16	6	100
Psikologis	33	57	6	3	1	100
	25	55	13	4	3	100

Lokasi	34	34	20	4	6	100
	20	66	11	1	2	100
Produk	16	65	10	6	3	100
	21	70	5	3	1	100
Pelayanan	38	52	7	2	1	100
	30	62	6	1	1	100
Fasilitas	34	40	17	7	2	100
	6	40	44	7	3	100
Promosi	5	35	38	13	9	100
	9	79	6	3	3	100
Keputusan	40	36	13	8	3	100
	45	42	8	1	4	100



Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	2.00	10.00	6.9800	2.01499
X2	100	2.00	10.00	6.7300	1.73412
X3	100	2.00	10.00	6.7200	1.85363
X4	100	2.00	10.00	8.1300	1.33829
X5	100	2.00	10.00	7.8900	1.51687
X6	100	2.00	10.00	7.9200	1.31564
X7	100	2.00	10.00	8.4300	1.38721
X8	100	2.00	10.00	7.3600	1.44614
X9	100	2.00	10.00	7.0200	1.40691
Y	100	2.00	10.00	8.2500	1.77738
Valid N (listwise)	100				

Validitas

Correlations

		S1	S2	X1
S1	Pearson Correlation	1	.615**	.893**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
S2	Pearson Correlation	.615**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.893**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

Correlations

		P1	P2	X2
	Pearson Correlation	1	.456**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.456**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.863**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		B1	B2	X3
B1	Pearson Correlation	1	.605**	.890**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
B2	Pearson Correlation	.605**	1	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.890**	.902**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Ps1	Ps2	X4
Ps1	Pearson Correlation	1	.294**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000
	N	100	100	100
Ps2	Pearson Correlation	.294**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000
	N	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.764**	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		L1	L2	X5
L1	Pearson Correlation	1	.324**	.890**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	100	100	100
L2	Pearson Correlation	.324**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	100	100	100
X5	Pearson Correlation	.890**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Pd1	Pd2	X6
Pd1	Pearson Correlation	1	.425**	.882**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Pd2	Pearson Correlation	.425**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
X6	Pearson Correlation	.882**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		PI1	PI2	X7
PI1	Pearson Correlation	1	.880**	.973**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
PI2	Pearson Correlation	.880**	1	.966**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
X7	Pearson Correlation	.973**	.966**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		F1	F2	X8
F1	Pearson Correlation	1	.261**	.834**
	Sig. (2-tailed)		.009	.000
	N	100	100	100
F2	Pearson Correlation	.261**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.009		.000
	N	100	100	100
X8	Pearson Correlation	.834**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Pr1	Pr2	X9
Pr1	Pearson Correlation	1	.282**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000
	N	100	100	100
Pr2	Pearson Correlation	.282**	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000
	N	100	100	100
X9	Pearson Correlation	.868**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		K1	K2	Y
K1	Pearson Correlation	1	.571**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
K2	Pearson Correlation	.571**	1	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.900**	.871**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

1. Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.893	.925	3

2. Pribadi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	3

3. Budaya

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	3

4. Psikologi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	3

5. Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	3

6. Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	3

7. Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	3

8. Fasilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	3

9. Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	3

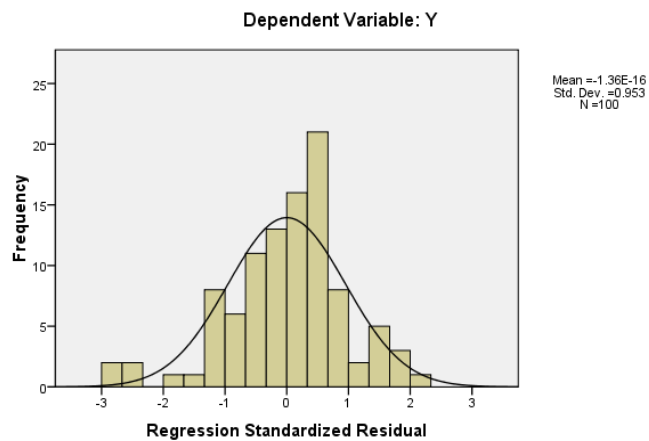
10. Keputusan

Reliability Statistics

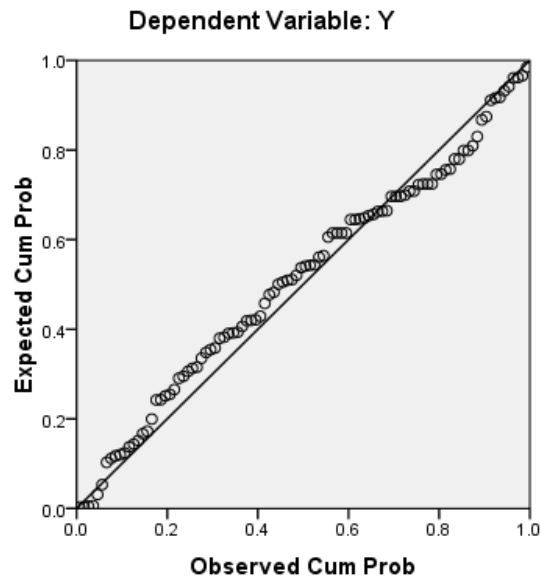
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	3

Normalitas

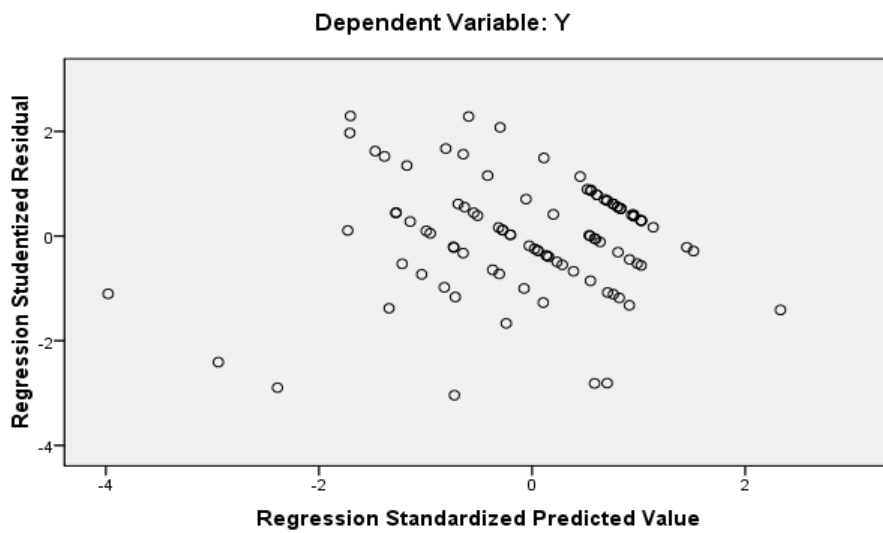
Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.13136665
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.062
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.641
Asymp. Sig. (2-tailed)		.806
a. Test distribution is Normal.		

Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 ^a	.595	.554	1.18659	2.093

a. Predictors: (Constant), X9, X5, X6, X4, X7, X2, X8, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	186.031	9	20.670	14.681	.000 ^a
	Residual	126.719	90	1.408		
	Total	312.750	99			

a. Predictors: (Constant), X9, X5, X6, X4, X7, X2, X8, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.450	1.059		-1.369	.174		
X1	.040	.082	.045	.484	.629	.518	1.931
X2	-.190	.104	-.185	-1.829	.071	.440	2.274
X3	.265	.096	.277	2.759	.007	.448	2.233
X4	.210	.104	.158	2.015	.047	.731	1.368
X5	.243	.099	.208	2.449	.016	.626	1.596
X6	.129	.110	.095	1.170	.245	.680	1.472
X7	.060	.103	.047	.584	.561	.692	1.446
X8	.122	.107	.099	1.144	.256	.595	1.680
X9	.408	.124	.323	3.292	.001	.469	2.134

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.349E-16	1.059		.000	1.000		
X1	.000	.082	.000	.000	1.000	.518	1.931
X2	.000	.104	.000	.000	1.000	.440	2.274
X3	.000	.096	.000	.000	1.000	.448	2.233
X4	.000	.104	.000	.000	1.000	.731	1.368
X5	.000	.099	.000	.000	1.000	.626	1.596
X6	.000	.110	.000	.000	1.000	.680	1.472
X7	.000	.103	.000	.000	1.000	.692	1.446
X8	.000	.107	.000	.000	1.000	.595	1.680

X9	.000	.124	.000	.000	1.000	.469	2.134
----	------	------	------	------	-------	------	-------

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual



TERJEMAHAN TEKS-TEKS ARAB

BAB II			
No	Halaman	Footnote	Keterangan
1	٣٣	٢٨	Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.
2	٣٣	٢٩	Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.
3	٣٤	٣٠	Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah ⁴³⁴ , adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.
4	34	31	Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap memasuki masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

CURUCULUM VITAE

Nama : Damayanti Maysaroh
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 24 September 1992
Agama : Islam
Email : niceecil@ymail.com
Kebangsaan : Indonesia
No. HP : 085729007212
Alamat : Resonegaran GK V 1321 Terban, Gondokusuman,
Yogyakarta

Riwayat Pendidikan:

1. SD Muhammadiyah, Magelang 1998-2004
2. SMP N 2 Muntilan, Magelang 2004-2007
3. SMA Muhammadiyah 7 Yogyakarta 2007-2010
4. UIN SUKA Yogyakarta 2010-2014

SURAT KETERANGAN
YGS/01/1120/2014

Bismillahirrahmanirrahiim

Yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama : Sabarul Azhar
Jabatan : Operational Manager
PT Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Yogyakarta

Menerangkan bahwa :

Nama : Damayanti Maysaron
No Mhs. : 10391022
Fakultas/Prctdi : Syari'ah dan Hukum/Keuangan Islam
Universitas / PT : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Adalah benar telah melaksanakan penelitian untuk S-1 di PT.Bank BNI Syariah KC Yogyakarta pada Januari 2014 sampai dengan Juni 2014. Dengan judul, "**Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah**".

Demikianlah surat keterangan iri kami buat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Yogyakarta, 1 Juli 2014



PT Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Yogyakarta
Sabarul Azhar
Operational Manager