

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH UIN SUNAN KALIJAGA
MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH**



SKRIPSI

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

OLEH :

REZA FAJAR FAHNIZAR

NIM. 14820013

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



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

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: B-548/Un.02/DEB/ PP.00.9/02/2019

Tugas Akhir dengan judul : **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH UIN SUNAN KALIJAGA MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Reza Fajar Fahnizar
Nomor Induk Mahasiswa : 14820013
Telah diujikan pada : Rabu, 13 Februari 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR
Ketua Sidang

Dian Nuriyah Solissa, S.H.I., M.Si
NIP. 19840216 200912 2 004

Penguji I

Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag
NIP. 1972 0913 200312 1 001

Penguji II

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
NIP. 19810726 201503 1 002

Yogyakarta, 21 Februari 2019

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN

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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Surat Persetujuan Skripsi/Tugas Akhir
Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum warahmatullah. wabatakatuh,

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

Nama : Reza Fajar Fahnizar
NIM : 14820013
Semester : 10 (Sepuluh)
Judul : **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Menjadi Nasabah Di Bank Syariah"**

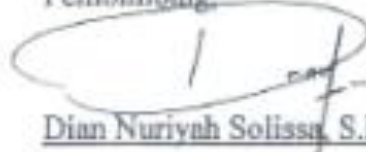
Sudah dapat diajukan kepada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum. Warahmatullah. Waberakatu.

Yogyakarta, 28 Januari 2019

Pembimbing



Dian Nuriyah Solissa, S.H.I., M.Si.

NIP. 19840216 200912 2 004

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Fajar Fahnizar

NIM : 14820013

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Menjadi Nasabah Di Bank Syariah” sepenuhnya merupakan karya saya sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang telah dirujuk pada daftar pustaka sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan adanya pelanggaran ataupun penyimpangan dari aturan yang berlaku.

Yogyakarta, 28 Januari 2019

Penyusun



Reza Fajar Fahnizar

NIM. 14820013

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Fajar Fahnizar

NIM : 14820013

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

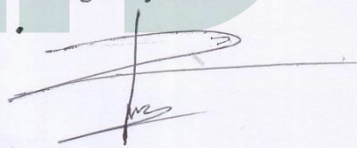
“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN 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.

Yogyakarta, 28 Januari 2019

Yang menyatakan



Reza Fajar Fahnizar

NIM. 14820022

HALAMAN MOTTO

MOTTO

“Barang siapa yang keluar dalam menuntut ilmu maka ia adalah seperti berperang di jalan Allah ” (HR. Tirmidzi)

...Jadikanlah Sabar dan shalat sebagai penolongmu...(QS. Al Baqarah: 153)

"Maka bersabarlah kamu, sungguh janji Allah itu benar... (QS. Ar Ruum: 60)

“Sopo nandur bakal ngunduh” (Jawa)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Kedua Orang Tuaku:

(Ibu Kustini dan Ayahanda Parjana)

Saudariku:

(Aninditya Hana Kuspa)

Semua Keluarga Besar, Sahabat-sahabatku yang sudah menemani hari-hariku, memberikan motivasi dan Do'a sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah Azza wa Jalla atas segala rahmat dan kemudahan yang diberikan oleh-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wa Sallam, kepada sahabat serta pengikutnya yang selalu istiqomah mengikuti ajarannya.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan serta kesulitan yang penulis hadapi. Namun berkat kesungguhan hati dan kerja keras serta dorongan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung, sehingga membuat penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Joko Setyono S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. Ibnu Qizam, S.E., Akt., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga akhir masa perkuliahan.
5. Ibu Dian Nuriyah Solissa, S.H.I., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak masukan juga memberikan bimbingannya dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah mentransfer ilmunya dengan ikhlas kepada penulis, serta para petugas perpustakaan yang telah meminjamkan buku-buku.
7. Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Ibu Kustini Sama dan Ayahanda Parjana, yang dengan tulus selalu mendo’akan, memberikan motivasi baik materil maupun nonmaterial kepada penulis, sehingga penulis mampu

menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah selalu memberikan perlindungan untuk Ibu dan Ayah, dibawah berkah sayangNya. Aamiin.

8. Saudariku Aninditya Hana Kuspa terimakasih atas doa dan motivasinya. Semoga Allah selalu memberikan perlindungan untuk saudariku.
9. Terimakasih Aulia Aini atas doa, dukungan, dan motivasinya. Semoga Allah selalu memberikan perlindungan.
10. Teman-teman Perbankan Syariah 2014, khususnya Perbankan Syariah A yang akan selalu kukenang, terimakasih atas kebersamaan, perhatian dan kebaikan teman-teman. Kalian tidak akan pernah terlupakan.
11. Teman-teman “Pejuang Skripsi” Rafi, Rizki, Budi, Tris, Nanda, Muddin, dan Wildan terimakasih atas bantuan dan dukungannya.
12. Semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.

Yogyakarta, 28 Januari 2019

Hormat Saya,

Reza Fajar Fahnizar

14820013

PEDOMAN TRANSLITERASI

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'	s_	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
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	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	W
ها	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

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

C. Ta' Marbuttah

Semua *ta' marbuttah* 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	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

—	Fathah	Ditulis	A
—	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ـ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>
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	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْتَشْكُرَكُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الْقِيَاسُ	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

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

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذَوِ الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II PEMBAHASAN	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Perilaku Konsumen	10
2. <i>Marketing</i>	12
3. <i>Syariah Marketing</i>	12
4. Pemahaman Bagi Hasil	13
5. Promosi	27
6. Kualitas Pelayanan	31
8. Minat	34
B. Telaah Pustaka	39
C. Kerangka Teori	42
D. Hipotesis Penelitian	43

1. Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga menjadi Nasabah Bank Syariah.....	43
2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga menjadi Nasabah Bank Syariah.....	45
3. Pengaruh Kulaitas Pelayanan terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga menjadi Nasabah Bank Syariah.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian.....	47
B. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel.....	47
C. Data dan Sumber Data	49
1. Data primer.....	49
2. Data Sekunder	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
1. Metode Kuesioner	50
2. Metode Dokumentasi	50
E. Definisi Operasional Variabel.....	51
F. Instrument Penelitian	51
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	52
G. Teknik Analisis Data.....	53
1. Analisis Statistik Deskriptif	53
2. Uji Asumsi Klasik.....	53
H. Regresi Linier Berganda	55
I. Uji Hipotesis	57
1. Koefisien Determinasi (R ²)	57
2. Uji T	57
3. Uji F	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Analisis Hasil	59
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas	62

C. Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Normalitas	64
2. Uji Multikolinearitas	65
3. Uji Heteroskedastisitas	66
D. Uji Regresi Berganda	68
E. Uji Hipotesis	70
1. Koefisien Determinasi.....	70
2. Uji T	71
3. Uji F	73
F. Pembahasan.....	74
1. Pemahaman Bagi Hasil Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syariah	74
2. Promosi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syariah	76
3. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syariah	77
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	i
LAMPIRAN 2 DATA JAWABAN RESPONDEN	iv
LAMPIRAN 3 HASIL Uji SPSS 19.....	xiv
LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI	xxiii
LAMPIRAN 5 CURICULUM VITAE.....	xxiv

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Tabel	51
Tabel 4.1 Jumlah Kuisioner Responden.....	59
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Usia	60
Tabel 4.4 Uji Validitas	61
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas X1.....	63
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas X2.....	63
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas X3.....	63
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Y.....	64
Tabel 4.10 Uji Normalitas	65
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.12 Uji Heteroskedasitas.....	68
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Regresi Berganda.....	68
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi (R^2)	71
Tabel 4.15 Koefisien T Hitung.....	72
Tabel 4.16 Koefisien F Hitung.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	43
Gambar 4.1 Histogram Heteroskedastisitas	67



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa perbankan syariah UIN Sunan Kalijaga menjadi nasabah di Bank Syariah. Dalam penelitian ini digunakan empat faktor yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menjadi nasabah di Bank Syariah yaitu Pemahaman bagi hasil, promosi, kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner dengan total sampel 88 responden. Hasil penelitian dalam uji parsial (Uji T) terhadap keputusan nasabah menunjukkan bahwa variabel pemahaman bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan. Dalam penelitian ini juga setiap variabel yang ada pemahaman bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan mampu menaikkan minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

Kata Kunci : Pemahaman Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan, Minat

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence the interest of UIN Sunan Kalijaga Islamic banking students to become customers in Islamic banks. In this study four factors that influence the interest of sharia banking students are used as customers in Islamic banks, namely understanding of profit sharing, promotion, and service quality. This study uses a quantitative approach with sampling using the purposive sampling method. Data collection techniques using questionnaires / questionnaires with a total sample of 88 respondents. The results of the research in the partial test (T Test) on customer decisions indicate that the variable understanding of profit sharing, promotion, and service quality has a significant effect. In this study also every variable that has an understanding of profit sharing, promotion, and service quality is able to increase interest in becoming a customer in Islamic banks.

Keywords: *Understanding of Profit Sharing, Promotion, and Service Quality, Interest*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah dalam istilah internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau *Interest-free Banking*. Istilah perbankan yang tidak terlepas dari asal-usul sistem perbankan syariah yang awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang menginginkan agar kegiatan keuangan yang dilaksanakan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, khususnya berkaitan dengan larangan praktek riba, kegiatan yang bersifat *spekulatif*, pelanggaran prinsip-prinsip keadilan serta penyaluran pembiayaan dan investasi pada kegiatan yang tidak merusak moral dan halal secara syariah (Muhammad, 2005: 13).

Perkembangan Bank Syariah terhitung pesat, hal ini terjadi karena munculnya perbankan syariah yang muncul di setiap daerah. Tidak hanya itu, Bank Konvensional juga melakukan konversi ke Bank Syariah. Statistik Perbankan Syariah (SPS) OJK per Februari 2018 pertumbuhan DPK dua bulan pertama tumbuh tinggi sebesar 18.1 persen (Hidayat, 2018). Market share perbankan syariah telah berhasil keluar dari *five percent traps*. Walaupun market share perbankan syariah telah tembus 5 persen ini terhitung masih kecil market sharenya, namun mengalami pertumbuhan cukup tinggi yakni 15,2 persen atau jauh lebih tinggi dari pertumbuhan perbankan konvensional secara nasional,” kata Pemimpin Divisi Keuangan BNI Syariah Wahyu Avianto (Widiyanto, 2018). Kondisi ini akan menimbulkan persaingan antar bank yang semakin ketat,

sehingga harus diimbangi dengan strategi pemasaran yang kuat untuk menarik minat untuk menabung diBank Syariah. Dewasa ini perbankan syariah di Indonesia berkembang sangat pesat, hal ini terjadi karena munculnya perbankan syariah yang muncul di setiap daerah. Tidak hanya itu, Bank Konvensional juga melakukan konversi ke Bank Syariah. Statistik Perbankan Syariah (SPS) OJK per Februari 2018 pertumbuhan DPK dua bulan pertama tumbuh tinggi sebesar 18.1% (Hidayat, 2018). Market share perbankan syariah telah berhasil keluar dari five percent traps. Walaupun market share perbankan syariah telah tembus 5 persen ini terhitung masih kecil market sharenya, namun mengalami pertumbuhan cukup tinggi yakni 15,2 persen atau jauh lebih tinggi dari pertumbuhan perbankan konvensional secara nasional,” kata Pemimpin Divisi Keuangan BNI Syariah Wahyu Avianto (Widiyanto, 2018). Kondisi ini akan menimbulkan persaingan antar bank yang semakin ketat, sehingga harus diimbangi dengan strategi pemasaran yang kuat untuk menarik minat untuk menabung diBank Syariah.

Mahasiswa sebagai salah satu komponen pangsa pasar yang layak menjadi pertimbangan bank untuk menambah jumlah nasabah mereka. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta adalah salah satu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Yogyakarta. Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta merupakan masyarakat yang aktif dalam lembaga Pendidikan Islam. Jika melihat statusnya sebagai mahasiswa dari Universitas Islam Negeri tentunya lebih paham tentang prinsip-prinsip ajaran Islam bagaimana bermuamalat dengan syar'i. Mahasiswa yang mempelajari dan mengetahui perbankan syariah diharapkan mampu menjadi pelopor untuk kemajuan perbankan syariah. Pengetahuan mahasiswa tentang

perbankan syariah terutama dapat diperoleh melalui jalur pendidikan formal dan informal. Saat ini terdapat sebuah lembaga pendidikan yang sejalan dengan perbankan syariah yaitu adanya prodi perbankan syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sunan Kalijaga.

Penelitian ini dilakukan dengan didasari minimnya minat mahasiswa perbankan syariah UIN Sunan Kalijaga terhadap Bank Syariah. Dari beberapa yang peneliti temui menunjukkan bahwa minat terhadap Bank Syariah masih terbilang rendah. Adapun alasannya yaitu, kualitas pelayanan dianggap belum sesuai ekspektasi dikarenakan pegawai belum memiliki kecakapan dalam pengetahuan produk-produknya, promosi yang dilakukan perbankan syariah masih terbilang biasa saja dilanjut ditegaskan di beberapa kota hanya beberapa kantor cabang yang membuka Bank Syariah. Ada juga yang belum begitu memahami bank syariah karena masih ada yang menyamakan Bank Syariah dengan Bank Konvensional dilanjut beberapa diantaranya menanyakan apakah Bank Syariah sesuai dengan prinsip syariah, karena berdasarkan praktik atau penerapannya, Bank Syariah masih mengandung unsur ribawi sehingga masih belum percaya sepenuhnya dengan Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada mahasiswa yang diberi pengetahuan tentang bagi hasil namun belum yakin akan kesyariahan Bank Syariah.

Salah satu faktor yang paling mendasar terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah adalah pemahaman baik tentang sistem bagi hasil, kualitas pelayanan dan promosi yang menarik. Pemahaman adalah upaya yang dilakukan oleh seseorang untuk mengetahui dan mengartikan obyek (Muanas, 2014: 63).

Pemahaman dalam hal bagi hasil adalah suatu kondisi dimana seseorang mengerti secara menyeluruh dengan apa yang dimaksud bagi hasil. Diperkuat dengan penelitian Daulay (2014) mengatakan bagi hasil mempunyai pengaruh paling besar yang mempengaruhi keputusan menabung nasabah dilanjutkan dengan pelayanan. Ini menunjukkan keputusan menabung nasabah Bank Syariah dipengaruhi adanya pengetahuan tentang bagi hasil. Banyak masyarakat memiliki tingkat pemahaman yang berbeda, sehingga minat menjadi nasabah Bank Syariah setiap individu juga berbeda.

Menurut Kotler (2009: 5) pemasaran merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Salah satu faktor penentu keberhasilan suatu pemasaran dalam Bank Syariah adalah promosi. Promosi sangat berpengaruh dalam perkembangan Bank Syariah dimana promosi menjadi sarana pemasaran dalam memasarkan produk atau sarana mengenalkan Bank Syariah kepada masyarakat luas. Menurut Assauri (2010: 264), menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi nasabah untuk menciptakan permintaan atas suatu produk/jasa. Oleh karena itu promosi yang dilakukan oleh bank harus dapat menarik minat nasabah, dapat memberikan kesan pertama, dan membuat nasabah ingin tau lebih terhadap suatu produk yang dipromosikan. Tentunya promosi atau iklan yang ditayangkan oleh pihak bank harus efisien dan mudah ditangkap oleh pembacanya. Dalam penelitian Enin Nur'aeni (2013) menyatakan promosi yang

semakin baik pada bank maka akan semakin tinggi minat untuk menabung di Bank Syariah.

Suatu promosi saja tentunya kurang menarik, perlu ada pelayanan yang maksimal. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah ataupun calon nasabah tentu saja menjadi nilai tambah akan minat akan Bank Syariah. Pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen (nasabah) dalam mengambil keputusan terhadap pelayanan atau service yang ditawarkan bank terhadap konsumennya (Kotler, 2002: 206). Pelayanan disini menurut Kotler (2002: 83) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Bank Syariah haruslah dituntut untuk melakukan pelayanan yang maksimal terhadap nasabah, ini didukung dalam penelitian Daulay (2014) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengambil keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah. Oleh karena itu peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan konsumen untuk memutuskan menjadi nasabah di Bank Syariah.

Dengan melihat kondisi yang seperti ini, maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana pemahaman bagi hasil mahasiswa perbankan syariah. Peneliti memilih objek mahasiswa perbankan syariah UIN Sunan Kalijaga karena ingin mengetahui pengaruh pemahaman bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan

terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Syariah. Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pemahaman bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa UIN Sunan Kalijaga untuk menabung di Bank Syariah?
2. Apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa UIN Sunan Kalijaga untuk menabung di Bank Syariah?
3. Apakah pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa UIN Sunan Kalijaga untuk menabung di Bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan judul penelitian, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bahwa pemahaman bagi hasil berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah untuk menjadi nasabah Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui bahwa promosi hasil berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah untuk menjadi nasabah Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah untuk menjadi nasabah Bank Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu:

1. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan referensi untuk pengambilan kebijakan mengenai pengembangan strategi dengan lebih baik lagi.

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu serta wawasan dan penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam dunia kerja. Selain itu, penelitian ini digunakan sebagai salah satu pemenuhan syarat dalam menyelesaikan studi.

3. Bagi akademisi, atau penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya serta bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

E. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini dapat dipaparkan secara teratur dan terarah serta untuk mempermudah pembaca dalam memperoleh suatu gambaran mengenai apa yang menjadi pokok pembahasan ini, maka penyusun menggunakan sistematika sebagai berikut:

Pada bab satu berisikan: pertama, latar belakang masalah penelitian yang menjelaskan isu utama penelitian didukung oleh fakta dan data yang terkait, teori

utama yang digunakan yaitu teori tentang pemahaman bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan, permasalahan yang menceritakan apa yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian suatu masalah, dan penegasan judul penelitian. Kedua, rumusan masalah yang merupakan permasalahan yang timbul dalam penelitian, kemudian ketiga yaitu merupakan tujuan dan manfaat teoritis serta sistematika penulisan skripsi.

Bab dua merupakan landasan teori atau teori teori pendukung yang digunakan dalam penelitian ini dan studi empiris yang memaparkan telaah pustaka yang merupakan hasil penelitian terdahulu yang sejenis. Teori dalam penelitian ini adalah teori yang terkait perilaku konsumen, marketing, *syariah marketing* pemahaman bagi hasil, promosi, kualitas pelayanan, dan minat.

Bab tiga menjelaskan metode penelitian yang memaparkan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, teknik dalam pengumpulan data, definisi operasional variabel untuk merumuskan kuesioner, instrumen yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti, teknik analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian, dan uji hipotesis.

Pada bab empat berisi tentang analisis data dan pembahasan. Hasil penelitian yang dikemukakan sesuai dengan alat analisis yang sudah dikemukakan seperti analisis hasil, uji validitas, uji realibiitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, dan uji hipotesis. Pada uraian pembahasan memuat intepretasi pengaruh pemahaman bagi hasil, promosi, kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

Bab lima berisi kesimpulan dari penelitian dan saran-saran. Kesimpulan ini akan sedikit menerangkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama maupun objek yang sama.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut

1. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung pemahaman bagi hasil sebesar $2,115 > t$ tabel sebesar $1,989$ dengan nilai signifikan $0,037 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara individu variabel pemahaman bagi hasil berpengaruh signifikan positif terhadap minat mahasiswa menjadi Nasabah di Bank Syariah. Hal tersebut dikarenakan mayoritas mahasiswa menyatakan bahwa mahasiswa berminat menjadi nasabah di Bank Syariah karena memahami bagi hasil dimana bagi hasil menurutnya adalah sistem ekonomi syariah yang membawa kesejahteraan hidup bagi masyarakat; mahasiswa dapat membedakan antara bagi hasil dan bunga; mahasiswa percaya dengan sistem bagi hasil yang dilakukan oleh Bank Syariah.
2. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung promosi sebesar $4,879 > t$ tabel sebesar $1,989$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara individu variabel promosi berpengaruh signifikan positif

terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah. Hal tersebut dikarenakan mayoritas mahasiswa menyatakan bahwa iklan yang dibuat perbankan syariah sangat menarik minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah; promosi penjualan yang dilakukan pegawai secara langsung dinilai menarik minat menjadi nasabah di Bank Syariah; promosi yang beredar di masyarakat luas pun turut mempengaruhi minat mahasiswa; dan penyampaian promosi juga dinilai sangat baik dan jelas sehingga semakin bertambah minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

3. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung kualitas pelayanan sebesar $5.965 > t$ tabel sebesar $1,989$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara individu variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di Bank Syariah. Hal tersebut dikarenakan mayoritas mahasiswa menyatakan bahwa penilaian responden atas; sikap keramahannya; cekatan dalam pelayanan; informasi yang mudah dipahami; dan perhatian dalam pelayanan adalah mampu menarik minat responden untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Diharapkan semakin dapat lebih mengarahkan para mahasiswa yang mempunyai minat menjadi nasabah Bank Syariah.

2. Bagi para mahasiswa jurusan Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga

Agar dapat meningkatkan minat menjadi nasabah Bank Syariah dengan pengetahuan dan pemahaman yang sudah di pelajari sebelumnya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

diharapkan semakin bisa menambah variabel yang bisa mempengaruhi minat menjadi nasabah Bank Syariah agar dapat menambah *R square*, karena di penelitian ini *R square* hanya berpengaruh sebesar 61.5%sedangkan yang 38,5% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Jamaludin, dan Suroso, Fuat Nashori. 1994. *Psikologi Islam Solusi Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anshori, Abdul Ghofur. 2009. *Perbankan Syariah Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Astuti, Septin Puji. 2014. *Modul Praktikum Statistika*. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.
- Astuti, Tri dan Mustikawati, Rr. Indah. 2013. *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*. Jurna Nominal. Vol. 2 No. 1. Hal 182-198.
- Azwar, Saifuddin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badudu, I. S, Zatu, Sutan Muhammad. 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Ciptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyupedia Publishing.
- Dewi, Nurmala. 2015. *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BTM MENTARI Ngunut Tulungagung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung: Tulungagung.
- Daulay, Raihanah. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Di Kota Medan*. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis. Vol 12, No.1 Hal 1-15.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Updatet PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Hadi, Sutrisno. 1991. *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM

- Hasan, Fuad. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Hermawan, Kartajaya dan Sula, Muhammad Syakir. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hidayat, Sofyan. 2018. *DPK Bank Syariah melimpah karena masuknya dana haji*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/bni-syariah-nilai-dpk-bank-syariah-melimpah>. (diakses tanggal 16 September 2108).
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Iska, Syukri. 2012. *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Fajar Media Press.
- Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Janahi, Mohamed Abdalnaser, dan Al Mubarak, Muneer Mohamed Saeed. 2017. *The impact of customer service quality on customer satisfaction in Islamic banking*. Journal of Islamic Marketing. Vol. 8 No. 4 Hal. 595-604.
- Kartajaya, Hermawan, Sula, Muhammad Syakir. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan
- Kasali, Rhenald. 2010. *Modul Kewirausahaan Untuk Program Strata 1*. Jakarta: Gramedia.
- Kasmir. 2009. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kuswana, Wowo Sunaryo. 2012. *Taksonomi Kognitif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Kotler, Philip. 1999. *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip. Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba.
- Mawaddah, Atika. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank BNI Syariah (Studi Kasus Bank BNI Syariah Capem Plered Cirebon)*. Skripsi. Fakultas

Syariah dan Ekonomi Islam. Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Muanas, Arif. 2014. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara.

Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: (UPP) AMP YKPN.

Muhamad. 2000. *Sistem & Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.

Nata, Abuddin. 2003. *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Nickels, William G. dan McHugh, James M. 2002. *Understanding Business*. New York: McGraw-Hill.

Nur'aeni, Enin. 2013. *Pengaruh Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah*. Skripsi. Fakultas Syariah. Institut Agama Islam negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Peter, J Paul dan Olson, Jerry C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.

Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Setiaji, Bambang. 2004. *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: Program Pascasarjana UMS.

Shaleh, Abdul Wahab dan Muhibb, Abdul Wahab. 2005. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.

Sofjan, Assauri. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

Suhartanto, Dwi. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: IKAPI.

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Syah, Muhibbin. 2004. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Thouless, Robert H. 1992. *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali.

- Wahab, Wirdayani. 2016. *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam). Vol. 1, No. 2, Hal. 1-18.
- Wahyuni, Sri. 2017. *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah*. At-Tawassuth, Vol. 2, No.2, 437-459.
- Widiyanto, Satrio. 2018. *Tumbuh Tinggi, Pangsa Pasar Perbankan Syariah Tembus 5,74%*. <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2018/04/16/tumbuh-tinggi-pangsa-pasar-perbankan-syariah-tembus-574-422874>. (diakses tanggal 16 september 2018).



LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kami menjamin rahasia pribadi Anda!

Bagian A

Nama :

Alamat :

Berilah tanda silang (X) pada pilihan anda di bawah ini

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia :
3. Semester :
4. IPK Terakhir :

Bagian B

Silahkan jawab pertanyaan sesuai dengan pengalaman anda sebagai nasabah Bank Syariah dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang disediakan sesuai dengan penilaian anda. Setiap pertanyaan terdiri dari 4 pilihan jawaban yaitu, Sangat Setuju (SS) diberi skor 4; Setuju (S) diberi skor 3; Tidak Setuju (TS) diberi skor 2; Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

No.	Pertanyaan	Kategori Jawaban			
1.	Faktor Pemahaman Bagi Hasil (X1)	SS	S	TS	STS
1.	Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah karena saya memahami tentang bagi hasil				

2.	Bagi hasil adalah suatu sistem ekonomi syariah yang membawa kesejahteraan hidup bagi masyarakat, sedangkan sistem ekonomi yang lainnya tidak				
3.	Saya dapat membedakan antara bunga dan bagi hasil.				
4.	Saya dapat menjelaskan kepada masyarakat tentang jenis bank yang mengamalkan praktik bagi hasil				
5.	Saya menyimpulkan akan mendapatkan kepercayaan dengan sistem bagi hasil yang diberikan Bank Syariah				

No.	Pertanyaan	Kategori Jawaban			
2.	Faktor Promosi (X2)	SS	S	TS	STS
6.	Iklan yang dibuat perbankan syariah sangat menarik minat saya untuk menjadi nasabah di Bank Syariah				
7.	Promosi penjualan yang ditawarkan pegawai secara langsung sangat baik, sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di Bank Syariah				
8.	Promosi perbankan syariah yang beredar di masyarakat luas mempengaruhi minat saya untuk menjadi nasabah.				
9.	Penyampaian promosi yang dilakukan perbankan syariah sangat baik dan jelas sehingga saya berminat menjadi nasabah di Bank Syariah.				

No.	Pertanyaan	Kategori Jawaban			
		SS	S	TS	STS
3.	Faktor Kualitas Pelayanan (X3)				
10.	Cara berpakaian pegawai sangat Islami.				
11.	Pegawai bersikap ramah dalam melayani setiap nasabah tanpa terkecuali.				
12.	Pegawai cekatan dalam melayani nasabah.				
13.	Informasi yang diberikan pegawai mudah dipahami.				
14.	Pegawai memberikan perhatian dalam melayani nasabah.				

No.	Pertanyaan	Kategori Jawaban			
		SS	S	TS	STS
7.	Minat Menjadi Nasabah (Y)				
20.	Saya berminat menjadi nasabah diBank Syariah karena keinginan diri sendiri				
21.	Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah setelah mendapat informasi dan rekomendasi dari lingkungan sekitar.				
22.	Saya berminat menjadi nasabah diBank Syariah karena produk Bank Syariah bervariasi dan sesuai dengan prinsip syariah.				

LAMPIRAN 2**DATA JAWABAN RESPONDEN****1. Tanggapan Variabel Pemahaman Bagi Hasil**

No	Tanggapan Pernyataan	Frekuensi				Skor
		SS	S	TS	STS	
1	Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah karena saya memahami tentang bagi hasil.	21	50	14	3	265
2	Bagi hasil adalah suatu sistem ekonomi syariah yang membawa kesejahteraan hidup bagi masyarakat, sedangkan sistem ekonomi yang lainnya tidak.	15	46	22	5	247
3	Saya dapat membedakan antara bunga dan bagi hasil.	18	54	15	1	265
4	Saya dapat menjelaskan kepada masyarakat tentang jenis bank yang mengamalkan praktik bagi hasil.	12	53	21	2	251
5	Saya menyimpulkan akan mendapatkan kepercayaan dengan sistem bagi hasil yang diberikan Bank Syariah	14	54	18	2	256
Rata-rata						256

2. Tanggapan Variabel Promosi

No	Tanggapan Pernyataan	Frekuensi				Skor
		SS	S	TS	STS	
1	Iklan yang dibuat perbankan syariah sangat menarik minat saya untuk menjadi nasabah diBank Syariah	13	49	25	1	250
2	Promosi penjualan yang ditawarkan pegawai secara langsung sangat baik, sehingga tertarik untuk menjadi nasabah diBank Syariah	22	45	18	3	262
3	Promosi perbankan syariah yang beredar di masyarakat luas mempengaruhi minat saya untuk menjadi nasabah.	18	46	22	2	256

4	Penyampaian promosi yang dilakukan perbankan syariah sangat baik dan jelas sehingga saya berminat menjadi nasabah diBank Syariah.	21	42	23	2	258
Rata-rata						256

3. Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan

No	Tanggapan Pernyataan	Frekuensi				Skor
		SS	S	TS	STS	
1	Cara berpakaian pegawai sangat Islami.	22	54	11	1	273
2	Pegawai bersikap ramah dalam melayani setiap nasabah tanpa terkecuali.	27	52	9	0	282
3	Pegawai cekatan dalam melayani nasabah.	13	63	12	0	265
4	Informasi yang diberikan pegawai mudah dipahami	13	65	10	0	267
5	Pegawai memberikan perhatian dalam melayani nasabah.	19	57	12	0	271
Rata-rata						271

4. Tanggapan Variabel Minat

No	Tanggapan Pernyataan	Frekuensi				Skor
		SS	S	TS	STS	
1	Saya berminat menjadi nasabah diBank Syariah karena keinginan diri sendiri	36	36	16	0	284
2	Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah setelah mendapat informasi dan rekomendasi dari lingkungan sekitar.	25	37	25	1	262
3	Saya berminat menjadi nasabah diBank Syariah karena produk Bank Syariah bervariasi dan sesuai dengan prinsip syariah.	22	52	14	0	272
Rata-rata						272

Pemahaman Bagi Hasil						Promosi					Kualitas Pelayanan					
1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah
4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	12	2	4	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	11	3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	4	19	3	3	3	4	13	4	4	4	4	4	20
3	1	3	3	3	13	1	1	1	1	4	3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	4	15	3	4	4	3	14	3	4	4	4	4	19
4	3	3	4	4	18	3	4	4	4	15	3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	13	3	4	3	3	4	17
3	2	3	3	3	14	2	3	2	2	9	3	4	3	3	4	17
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15

4	4	3	3	3	17	2	3	3	3	11	4	4	3	4	4	19
3	2	3	3	3	14	4	3	4	4	15	4	3	4	4	3	18
2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	4	16
4	3	2	4	4	17	3	4	4	4	15	3	3	3	2	3	14
4	2	4	4	4	18	3	4	4	3	14	4	4	3	4	4	19
3	4	4	3	3	17	2	3	3	4	12	4	4	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	4	3	3	3	16
4	3	4	3	3	17	4	4	4	3	15	3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
4	2	3	3	3	15	3	3	3	4	13	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15

3	2	4	3	3	15	3	4	3	2	12	3	2	3	3	2	13
3	3	3	3	3	15	2	3	2	2	9	3	3	3	3	3	15
3	3	2	2	3	13	3	3	3	2	11	3	3	3	3	3	15
3	3	4	3	3	16	2	2	2	2	8	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15	2	3	2	2	9	3	2	3	3	3	14
4	3	3	3	2	15	3	1	3	3	10	4	4	3	3	3	17
2	3	3	3	2	13	2	3	2	3	10	3	3	3	2	3	14
3	3	2	3	2	13	2	3	2	2	9	4	4	4	2	4	18
3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	12	3	3	3	2	3	14
3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	12	3	4	3	2	4	16
3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	12	3	3	3	2	3	14
2	3	4	4	2	15	3	3	3	2	11	3	3	3	2	3	14
3	3	4	3	2	15	4	3	2	3	12	4	3	3	2	3	15
2	3	3	3	4	15	3	3	3	3	12	3	3	3	2	3	14
2	3	3	2	2	12	3	3	2	2	10	4	3	4	2	4	17
4	4	4	4	2	18	3	3	3	3	12	4	3	4	2	4	17
2	3	3	3	2	13	3	3	3	3	12	3	4	3	2	3	15
2	4	3	3	2	14	3	2	3	3	11	2	3	3	2	3	13
4	2	4	4	4	18	3	1	2	2	8	1	3	4	4	4	16
2	3	4	2	2	13	3	3	3	3	12	3	4	4	2	3	16
4	2	4	3	2	15	2	3	3	2	10	3	3	3	2	3	14
2	2	3	3	2	12	2	1	2	2	7	3	4	3	2	3	15
2	4	4	2	2	14	2	2	2	2	8	3	3	3	2	3	14
4	4	4	4	4	20	4	1	4	4	13	4	4	4	4	4	20

3	3	3	3	2	14	2	1	4	1	8	4	3	3	2	3	15
2	4	3	3	2	14	2	1	3	2	8	3	3	3	2	3	14
3	4	3	4	2	16	2	2	2	2	8	3	3	3	2	3	14
2	2	3	3	2	12	2	2	2	3	9	2	3	3	4	3	15
2	3	2	2	2	11	2	2	2	2	8	2	3	3	4	3	15
4	4	3	3	4	18	2	2	1	2	7	3	3	4	4	3	17
4	3	3	2	2	14	2	2	1	1	6	4	4	3	1	3	15
3	2	3	3	2	13	2	2	2	2	8	3	3	3	1	3	13
2	2	3	2	2	11	2	2	2	2	8	2	3	3	1	3	12
4	3	4	4	4	19	2	1	2	2	7	4	4	3	1	4	16
4	3	4	4	4	19	4	1	1	1	7	4	4	4	1	4	17
2	3	3	3	2	13	2	2	2	2	8	3	3	3	1	3	13
2	3	3	3	2	13	2	2	2	2	8	3	3	2	1	2	11
2	3	3	2	2	12	2	2	2	2	8	4	3	3	1	3	14
4	4	3	3	4	18	2	2	2	1	7	4	4	4	1	4	17
2	3	3	3	2	13	2	2	2	2	8	3	3	3	1	3	13
2	3	2	2	2	11	1	2	2	1	6	4	4	3	2	4	17
2	3	2	2	2	11	2	1	2	1	6	3	2	2	2	2	11
2	3	3	3	2	13	2	2	2	2	8	3	3	3	2	3	14
2	2	2	3	2	11	2	2	2	2	8	3	3	3	2	2	13
2	2	3	2	2	11	2	2	1	1	6	4	3	2	2	3	14
1	3	3	3	2	12	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	10
2	2	3	3	2	12	1	1	2	1	5	4	4	4	1	3	16
2	2	3	2	2	11	2	3	2	2	9	2	4	4	4	4	18

2	2	3	2	2	11	2	2	2	2	8	3	3	3	2	3	14
2	3	3	3	2	13	2	2	2	2	8	2	3	3	2	3	13
2	2	3	2	2	11	2	2	2	2	8	3	3	2	2	3	13
2	2	2	2	3	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	2	13	2	2	2	2	8	2	3	3	2	3	13
2	2	3	2	2	11	2	2	2	2	8	3	2	3	2	3	13
2	3	3	2	2	12	2	2	2	2	8	2	3	3	2	3	13
2	3	3	2	1	11	2	2	2	2	8	3	3	3	2	3	14
2	2	2	2	1	9	1	2	1	1	5	3	3	3	1	3	13
2	3	3	3	1	12	2	2	2	2	8	3	3	3	2	2	13
1	1	1	2	4	9	1	2	1	1	5	4	4	3	2	4	17
2	2	2	3	1	10	2	2	2	2	8	3	2	2	2	3	12
4	1	2	1	1	9	1	2	1	1	5	4	4	3	2	3	16
2	4	2	2	1	11	2	2	2	2	8	3	2	3	2	2	12
1	1	3	2	1	8	2	2	1	1	6	3	3	2	1	2	11
2	2	3	2	1	10	2	2	2	1	7	4	2	3	1	4	14
2	2	3	2	1	10	1	2	1	1	5	3	3	2	2	2	12
2	1	3	2	1	9	1	2	1	1	5	3	3	2	2	4	14
2	3	3	2	1	11	2	2	2	2	8	3	3	4	4	4	18

Minat			
1	2	3	Jumlah
4	4	3	11
3	3	3	9

4	3	4	11
4	2	2	8
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
4	2	3	9
3	3	3	9
3	4	4	11
4	3	4	11
3	3	3	9
2	2	3	7
4	4	4	12
4	4	3	11
3	3	4	10
4	3	3	10
3	4	3	10
3	3	3	9
4	3	4	11
3	2	3	8
3	2	3	8
3	3	3	9
1	3	3	7
3	2	2	7
2	3	2	7



1	4	2	7
3	3	2	8
3	2	2	7
3	3	2	8
3	4	2	9
3	3	2	8
1	3	2	6
2	4	2	8
3	3	2	8
2	3	2	7
1	1	2	4
2	3	2	7
1	3	2	6
1	1	2	4
2	3	2	7
1	3	2	6
2	3	2	7
2	1	2	5
1	1	4	6
1	3	2	6
2	1	2	5
1	1	4	6
2	3	2	7
2	3	2	7



1	1	4	6
2	3	1	6
1	2	2	5
2	2	2	6
1	2	2	5
1	1	1	3
2	2	2	6
2	2	2	6
2	2	2	6
1	1	1	3
2	2	2	6
1	2	1	4
2	2	2	6
2	2	2	6
2	2	2	6
2	2	2	6
2	2	2	6
1	2	2	5
2	2	2	6
2	2	2	6
2	2	2	6
2	2	2	6
2	4	4	10
2	2	2	6



2	2	2	6
2	2	2	6
2	2	1	5
1	2	2	5
2	2	2	6
1	1	1	3
2	2	2	6
1	2	1	4
2	2	2	6
1	1	1	3
2	2	2	6
2	1	1	4
1	2	2	5
2	2	2	6



LAMPIRAN 3

HASIL UJI SPSS 19

DATA RESPONDEN

Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Laki-laki	30	34%
Perempuan	58	66%

Usia

Kategori	Frekuensi	Prosentase
18-20 Tahun	39	44.3%
21-23 Tahun	49	55.7%

UJI VALIDITAS

1. Pemahaman Bagi Hasil

Correlations

		Pemahaman_B agi Hasil
VAR00001	Pearson Correlation	,683**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	87
VAR00002	Pearson Correlation	,684**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00003	Pearson Correlation	,665**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00004	Pearson Correlation	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00005	Pearson Correlation	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
Pemahaman_Bagi_Hasil	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	88

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

2. Promosi

Correlations

		Promosi
VAR00006	Pearson Correlation	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00007	Pearson Correlation	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00008	Pearson Correlation	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00009	Pearson Correlation	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
Promosi	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	88

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

3. Kualitas Pelayanan

Correlations

		Kualitas_Pelay anan
VAR00010	Pearson Correlation	,676**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00011	Pearson Correlation	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00012	Pearson Correlation	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00013	Pearson Correlation	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00014	Pearson Correlation	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	88

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

4. Minat Mahasiswa

Correlations		
		Minat_Mahasiswa
VAR00020	Pearson Correlation	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00021	Pearson Correlation	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
VAR00022	Pearson Correlation	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	88
Minat_Mahasiswa	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	88

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

UJI RELIABILITAS

1. Uji Reliabilitas Pemahaman Mahasiswa

Cronbach's Alpha	N of Items
0.752	5

2. Uji Reliabilitas Promosi

Cronbach's Alpha	N of Items
0.831	4

3. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
0.779	5

4. Uji Reliabilitas Minat Mahasiswa

Cronbach's Alpha	N of Items
0.769	3

UJI NORMALITAS

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.09928022
	Absolute	0.066
Most Extreme Differences	Positive	0.066
	Negative	-.037
Kolmogorov-Smirnov Z		0.624
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.832

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI MULTIKOLINEARITAS

1. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pemahaman Bagi Hasil	0.701	1.427
	Promosi	0.680	1.470
	Kualitas Pelayanan	0.553	1.809

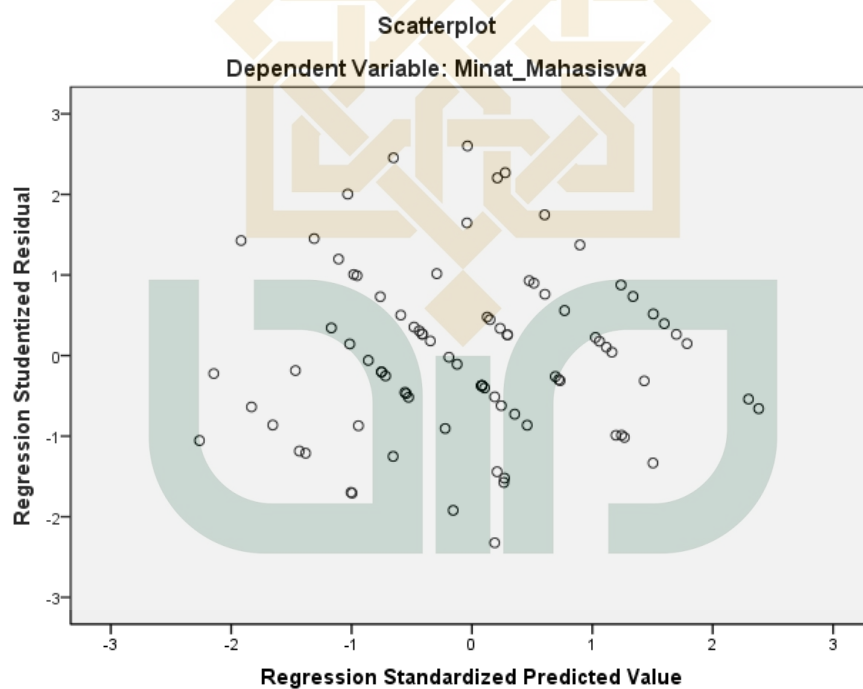
a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

UJI HETEROSKEDASTISITAS

1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.688	0.589		2.867	0.005
	Pemahaman Bagi Hasil	-0.066	0.034	-0.246	-1.931	0.057
	Promosi	-0.011	0.036	-0.039	-0.305	0.761
	Kualitas Pelayanan	0.22	0.046	0.68	0.467	0.635

a. Dependent Variable: ABS_RES_1



KOEFISIEN DETERMINASI

1. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.615	1.1142

UJI T

1. (Pemahaman Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat)

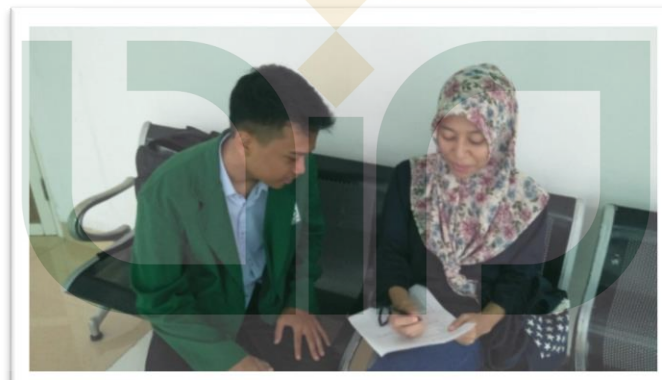
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.439	.981		-.447	.656
1 Pemahaman Bagi Hasil	.121	.057	.168	2.115	.037
Promosi	.293	.060	.394	4.879	.000
Kualitas Pelayanan	.459	.077	.541	5.965	.000

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

LAMPIRAN 4

DOKUMENTASI



LAMPIRAN 5

CURICULUM VITAE



DATA PRIBADI

- NAMA : REZA FAJAR FAHNIZAR
- TTL : YOGYAKARTA, 15 OKTOBER 1995
- ALAMAT : TERBAN GK V/ 640 RT 23/ RW 05
YOGYAKARTA
- E-MAIL : rezafahnizar@gmail.com
- NO HP : 083146710251
- JENIS KELAMIN : LAKI-LAKI
- AGAMA : ISLAM
- STATUS : Belum Menikah
- GOLONGAN DARAH : B
- KEWARGANEGARAAN : INDONESIA

RIWAYAT PENDIDIKAN

Formal:

- 2000-2002 : TK AL-FAJAR
- 2002-2008 : SDN TERBANSARI 1
- 2008-2011 : SMPN 15 YOGYAKARTA
- 2011-2014 : MAN I YOGYAKARTA
- 2014-SEKARANG : UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA