

**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *SYARIAH COMPLIANCE*
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK BRI SYARIAH
DI MADIUN**



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**

Disusun Oleh :

Fahmi Ali Mufti

NIM. 14820148

Dosen Pembimbing :

Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.

NIP. 19800314 200312 1 003

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

2018

**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *SYARIAH COMPLIANCE*
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK BRI SYARIAH
DI MADIUN**



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**

Disusun Oleh :

Fahmi Ali Mufti

NIM. 14820148

Dosen Pembimbing :

Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.

NIP. 19800314 200312 1 003

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

2018

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-357/Un.02/DEB/PP.00.9/2/2019

Tugas Akhir dengan judul:

**“PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *SYARIAH COMPLIANCE* TERHADAP
KEPUTUSAN NASABH MEMILIH BANK BRI SYARIAH DI MADIUN”**

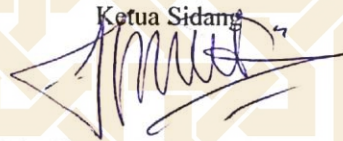
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Fahmi Ali Mufti
Nomer Induk Mahasiswa : 14820148
Telah diujikan pada : Selasa, 29 Januari 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



Muh. Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.
NIP. 19800314 200312 1 003

Penguji I



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

Penguji II



Rosyid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si.
NIP. 19880524 201503 1 010

Yogyakarta, 08 Februari 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 119670218 199703 1 003

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Fahmi Ali Mufti
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr. wb,

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

Nama : Fahmi Ali Mufti
NIM : 14820148
Semester : 9 (Sembilan)
Judul : **“Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank BRI Syariah KC Madiun”**

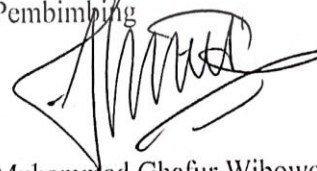
Sudah dapat diajukan kepada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

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

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 Januari 2019

Pembimbing



Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.

NIP. 19800314 200312 1 003

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fahmi Ali Mufti

NIM : 14820148

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank BRI Sraiah Di Madiun” 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, 23 Januari 2019

Penyusun



Fahmi Ali Mufti

14820148

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Fahmi Ali Mufti

NIM : 14820148

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

“Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank BRI Syariah di Madiun”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/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, 19 Februari 2019

Yang menyatakan



Fahmi Ali Mufti

NIM. 14820148

HALAMAN MOTTO

MOTTO

"Dan Allah bersama orang-orang yang sabar."--(QS. Al-Anfal: 66)

"Berlomba-lombalah dalam kebaikan."--(QS. Al-Baqarah:148)

Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia" (HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni. Hadits ini dihasankan oleh al-Albani di dalam Shahihul Jami' no:3289

"Dalam doa, semua makhluk sama derajatnya" (Jalaluddin Rumi)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Kedua Orang Tuaku Tercinta:

(Ibu Irtiqoyah Himmatin dan Bapak Muhtarom)

Saudaraku Tersayang:

(Ilyan Azizah dan Farikha Nailul Fadilati)

Teman masa kecilku :

(Vika Ayatullah dan Fatkur Rochman Dwi Nugraha)

**dan Semua Keluarga Besar dan Teman-teman Penulis yang Sudah
Memberikan Dukungan, Motivasi dan Do'a Penuh Sehingga Skripsi Ini
Dapat terselesaikan.**

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kemudahan yang diberikan oleh-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, 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 Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang dengan sabar telah memberikan banyak masukan dan saran-saran sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

5. Ibu Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
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 yang diperlukan oleh penulis sebagai bahan referensi.
7. Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Ibu Irtiqoyah Himmatin dan Bapak Muhtarom, 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 Bapak, dibawah berkah sayangNya. Aamiin.
8. Saudaraku Ilyan Azizah dan Farikha Nailul Fadilati, terimakasih atas doa dan motivasinya. Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan untuk saudaraku.
9. Keluarga besar Ahmad Dimyati dan Hj Dimyati yang telah mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman Perbankan Syariah 2014, khususnya Perbankan Syariah D yang akan selalu kukenang, terimakasih atas kebersamaan, perhatian dan kebaikan teman-teman. Kalian tidak akan pernah terlupakan.
11. Kelurga Futsal UIN Jogja Fitrah, Bangga, Haiqal, Dika, Faqih, dll. Terimakasih karena selalu ada, atas kebersamaan, suka dan duka. Semoga kita mencapai kesuksesan bersama.

12. Keluarga Futsal FEBI UIN Jogja Muadz, Ahda, Mail, Biaz, Fahmi, Tris, Irfan, Rama, Nicko, Munte, Diki, Diko, Ainur, Aris, Sabir, dll. Terimakasih karena selalu ada, atas kebersamaan, suka dan duka. Semoga kita mencapai kesuksesan bersama.
13. Teman-teman “Pejuang Skripsi” Vika Ayatullah dan Fatkur Rahman Dwi Nugraha, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.
14. Teman yang selalu menanyakan kapan wisuda Bunga Ayu Nurhayati dan Putri Setyana Sari. Semoga kita bisa mencapai kesuksesan bersama.
15. Semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.

Yogyakarta, 28 Desember 2018

Fahmi Ali Mufti

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
—	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	fa'ala
ذكر	Kasrah	Ditulis	zukira
يذهب	Dammah	Ditulis	yazhabu

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	Jahiliyyah
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	Tansa
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	Karim
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	Furud

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	Bainakum
2. Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	Qaul

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan

Apostrof

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

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal

“al”

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis sesuai dengan huruf pertama

Syamsiyyah tersebut

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

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

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

Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadits, mazhab, syariat, lafaz.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.

3. Nama pengantar yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.



Daftar Isi

COVER	i
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	8
3. Kontribusi Kebijakan	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Perilaku Konsumen	11
1. Pengenalan Kebutuhan	12
2. Pencarian Informasi	13
3. Evaluasi Alternatif	13
4. Keputusan Pembeli	14

5. Tingkah-Laku Setelah Pembelian.....	14
B. Marketing Mix	16
1. Product (Produk).....	17
2. Price (Harga).....	18
3. Place (Lokasi)	19
4. Promotion (Promosi)	21
C. Syariah Compliance (Kepatuhan Syariah).....	22
D. Telaah Pustaka	27
E. Kerangka Konseptual	31
F. Pengembangan Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Populasi dan Sampel.....	38
C. Instrumen Penelitian	40
D. Definisi Operasional Variabel	40
1. Variabel Terikat (Y)	41
2. Variabel Bebas (X)	41
E. Teknik Analisis Data.....	44
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
2. Uji Asusmsi Klasik.....	45
3. Uji Analisis Linier Berganda.....	47
4. Uji Koefisien Determinasi	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Deskripsi Objek Penelitian	51
1. Ruang Lingkup dan Waktu Penelitian.....	51
2. Karakteristik Responden.....	52
B. Hasil Uji Coba Intrumen.....	55
1. Hasil Uji Validitas	55
2. Uji Realibilitas	57
C. Uji Asusmsi Klasik	58

1. Uji Multikolinieritas	58
2. Uji Heteroskedastisitas	59
1. Uji Normalitas	60
D. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
1. Uji Regresi Linier Berganda.....	63
2. Uji Simultan.....	65
3. Uji Parsial	66
4. Hasil Uji Determinasi R^2	69
E. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Skala Likert	40
Tabel 4 1 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4 2 Umur Responden.....	53
Tabel 4 3 Pekerjaan Responden	54
Tabel 4 4 Lama Menjadi Nasabah	55
Tabel 4 5 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4 7 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Park Glejserz.....	60
Tabel 4 9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	62
Tabel 4 10 Hasil Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4 11 Hasil Uji Simultan.....	65
Tabel 4 12 Hasil Uji Parsial	67
Tabel 4 13 Hasil Uji Koefisien Dterminasi.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 2 2 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4 1 Hasil Uji Heteroskedastikitas Grafik Plot	59
Gambar 4 2 Hasil Uji Normalitas.....	61



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Marketing Mix* yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat dan *Syariah Compliance* terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BRI Syariah KC Madiun dengan pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner dengan total sampel 60 responden. Uji validitas instrumen menggunakan rumus *Pearson Correlation*. Reliabilitas instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Uji prasyarat analisis yang digunakan adalah uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun. Hasil secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga, promosi dan *syariah compliance* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun. sedangkan variabel produk dan tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun.

Kata Kunci: *Marketing Mix, Syariah Compliance, Keputusan Nasabah, Produk, Harga, Promosi, Tempat.*

ABSTRACT

This study aims to find out the marketing mix consisting of product, price, promotion, place and syariah compliance evidence for customers decision choosing Bank BRI Syariah KC Madiun. This research uses descriptive quantitative approach. The population in this study is all customers BRI Syariah KC Madiun with sampling using simple random sampling method. The technique of writing the data using a questionnaire with a sample of 60 respondents. Instrument validity test using Pearson Correlation formula. Instrument reliability using Alpha Cronbach formula. Test prerequisite analysis of normality, multicollinearity, and heteroscedasticity. Data analysis using multiple linier regression analysis technique. The results of this study simultaneously show that Marketing Mix and Syariah Compliance significantly influence the customers decision choosing Bank BRI Syariah KC Madiun. The results partially indicate that marketing mix variables that have significant effect are price, promotion and syariah compliance evidence to customers decision choosing Bank BRI Syariah KC Madiun. The variables of marketing mix that have no significant effect is the product and place against the customers decision choosing Bank BRI Syariah KC Madiun.

Keywords: *Marketing Mix, Syariah Compliance, Customer Decision, Product, Price, Promotion, Place.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia modern sekarang peranan perbankan dalam memajukan suatu negara sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Oleh karena itu, saat ini dan masa datang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan ataupun suatu perusahaan.

Industri perbankan syariah di Indonesia mulai berdiri sejak tahun 1992, dimulai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia sebagai respon positif atas kebutuhan umat Islam terhadap perbankan yang berprinsip pada ajaran Islam ditengah-tengah sistem perbankan konvensional yang berprinsip pada bunga.

Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Selanjutnya, terkait dengan asas operasional bank syariah, berdasarkan Pasal 2 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Selanjutnya, terkait dengan tujuan bank syariah,

pada pasal 3 dinyatakan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat (Yaya dkk., 2014:48).

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat sejak awal kemunculannya. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jaringan kantor perbankan syariah dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data yang dihimpun OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dalam Statistik Perbankan Syariah tahun 2016, selama periode 2010-2016 tercatat jumlah Bank Umum Syariah (BUS) memperlihatkan peningkatan yang signifikan hingga 100%. Pada tahun 2010, di Indonesia hanya terdapat 6 BUS sedangkan pada tahun 2015 telah mengalami peningkatan hingga 13 BUS. Peningkatan BUS juga diikuti dengan pertumbuhan UUS dan BPRS yang juga cukup signifikan (Otoritas Jasa Keuangan, 2016).

Dalam Outlook Perbankan Syariah pada tahun 2014 Bank Indonesia menyatakan bahwa pertumbuhan aset bank syariah di Indonesia mencapai 31,8% atau setara dengan 18,2% dari total pertumbuhan aset perbankan nasional dengan jumlah rekening 12,3 juta atau kurang lebih 9,2% dari total rekening perbankan nasional. Selain itu, jumlah jaringan kantor mencapai 2.526 kantor atau kurang lebih 14,1% dari total perbankan nasional (Bank Indonesia, 2014). Dilihat dari data tersebut, dapat diidentifikasi bahwa perkembangan perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir.

Disisi lain, pesatnya pertumbuhan bank syariah di Indonesia ternyata belum dapat diimbangi oleh pertumbuhan *market share*-nya. Menteri Agama Republik Indonesia, Lukman Hakim Saifuddin dalam sambutan pra pembukaan KUII (Kongres Umat Islam Indonesia) ke-VI di Yogyakarta pada tanggal 8 Februari 2015 mengatakan bahwa berdasarkan data sensus penduduk tahun 2010, *religius demography* di Indonesia menunjukkan dari total 237.556.363 jiwa penduduk Indonesia, pemeluk agama Islam sebanyak 207.176.162 jiwa atau setara dengan 87,21 persen dari jumlah penduduk Indonesia (Kementrian Agama, 2015). Namun, tingginya populasi umat Muslim di Indonesia saat ini tidak serta merta menjadikan bank syariah sebagai pemenang pasar, hal ini didukung dengan data yang dikeluarkan oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang menunjukkan bahwa sampai saat ini *market share* bank syariah di Indonesia masih berkisar di angka 5% dari total aset bank secara nasional. Bahkan jumlah nasabah bank syariah saat ini masih berada di bawah 10 juta orang (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

Di-era perdagangan bebas perbankan syariah dituntut untuk mampu memupuk keunggulan kompetitif masing-masing melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif, serta efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak pelanggan yang pada gilirannya nanti diharapkan loyal untuk tetap setia dan percaya pada perusahaan. Agar dapat sukses dalam persaingan, maka perusahaan harus berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan dengan cara menghasilkan dan menyampaikan produk yang

diinginkan konsumen dengan dengan harga yang layak (*reasonable*). Oleh karena itu, seorang *marketer* harus berupaya memahami perilaku pelanggan. Kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh pelanggan. Perilaku konsumen merupakan respon psikologi yang kompleks yang muncul dalam bentuk perilaku-tindakan yang khas secara perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan produk, serta menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk, termasuk dalam melakukan pembelian ulang (Hasan, 2009: 129).

Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting, untuk meningkatkan nilai jual suatu perusahaan. Pemasaran sesungguhnya merupakan fungsi utama dalam suatu perusahaan, karena tanpa pemasaran barang atau jasa yang diproduksi tidak akan ada gunanya, demikian pula sumber daya manusia yang tersedia harus disesuaikan kemampuannya agar sanggup memproduksi serta mampu memasarkan barang atau jasa (Manullang, 2008: 207).

Demi kesuksesan, suatu perusahaan jasa harus mampu merencanakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam melakukan kegiatan perbankan yang akan memaksimalkan penjualan keuntungan dan kepercayaan nasabah. Dengan kata lain perusahaan harus mampu mengolah elemen-elemen *Marketing Mix* dan *syariah compliance*. Terdapat empat elemen perencanaan pemasaran, yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place* (produk, harga,

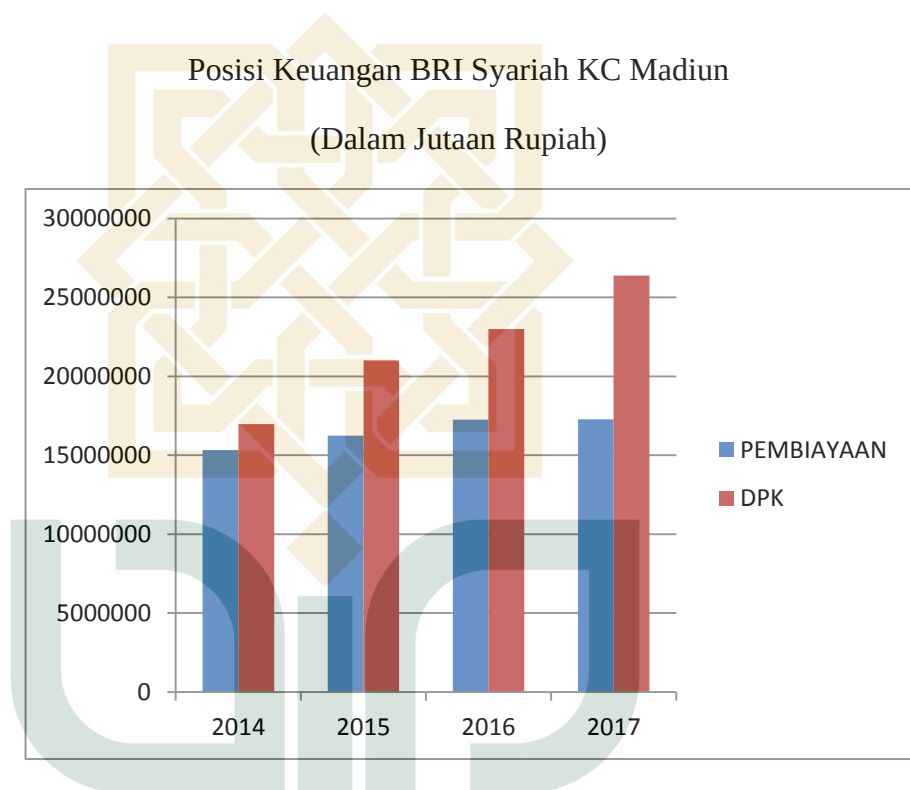
promosi, dan tempat) (Manullang, 2008: 220). *Syariah compliance* adalah penerapan prinsip-prinsip islam, syariah dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait (Arifin, 2009: 145).

Penelitian yang dilakukan oleh Zamroni dkk. (2016) mengenai pengaruh *Marketing mix* dan *Syariah compliance* terhadap keputusan nasabah memilih bank umum syariah di kudus. Hasil dari penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *marketing mix* yang terdiri empat elemen (*produc*, *price*, *place*, *promotion*) dan *syariah compliance* terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank umum syariah di kudus. variabel *marketing mix* (*produc*, *price*, *place*, *promotion*) dan *syariah compliance* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih bank umum syariah di kudus.

Penelitian yang di lakukan Herman (2014) dalam skripsinya yang berjudul pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan menabung pada PT BRI Syariah cabang pekanbaru Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel dari *marketing mix* tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah yang menabung di PT BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Dan berdasarkan angket yang telah disebarkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan nasabah yang menabung di PT BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Dari penelitian terdahulu tidak terdapat banyak perbedaan dengan penelitian ini. Perbedaan yang terlihat jelas yaitu pada objek penelitian

dimana peneliti mengambil objek penelitian di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Pertumbuhan BRI Syariah Madiun dalam kurun waktu 4 tahun belakangan ini sangat signifikan. Kinerja BRI Syariah Madiun dari aspek pembiayaan dan dana pihak ketiga (DPK) dalam 4 tahun terakhir selalu mengalami peningkatan. berikut hasil peningkatan pembiayaan dan DPK pada BRI Syariah Madiun:



Harian Republika (10 September 2015) memberitakan Dana Pihak Ketiga yang dihimpun didominasi oleh Tabungan Faedah dan Tabungan Haji BRI Syariah iB. Posisi saat ini BRISyariah KC Madiun memperoleh laba sebesar Rp 87 juta.

BRI Syariah Kantor Cabang Madiun merupakan salah satu dari 65 kantor cabang di Indonesia dan satu-satunya kantor cabang yang berada di

Kota Madiun dan terletak di JL. Mohammad Husni Thamrin No. 3, Klegan, Oro-oro ombo, Kota Madiun, Jawa Timur. Kantor cabang tersebut berfokus untuk penyebaran pasarnya pada daerah Kota Madiun dan sekitarnya. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *SYARIAH COMPLIANCE* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK BRI SYARIAH DI MADIUN.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang diulas dalam latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun ?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun ?
3. Apakah tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun ?
4. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun ?
5. Apakah *Syariah Compliance* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun.
2. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun.
3. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh tempat terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun.
4. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun.
5. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *Syariah Compliance* terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat dipetik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya dan teori-teori mengenai *marketing mix* dan *syariah compliance* serta dapat menjadi referensi tambahan dalam bidang *marketing mix* dan *syariah compliance* untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Bagi manajer pemasaran, hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan dan memperbaiki strategi pemasaran dan pelayanan dari pihak entitas (perbankan).

3. Kontribusi Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai bahan pertimbangan atau masukan kepada perbankan dalam rangka menentukan setrategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan nasabah menggunakan produk yang disediakan oleh perbankan.

E. Sistematika Penulisan

Agar penelitian dalam penulisan skripsi 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:

BAB I : Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan teori, bab ini akan dijelaskan mengenai teori yang digunakan dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dasar teori analisis bagi penelitian ini. Bab ini juga menggambarkan hipotesis dan kerangka teori.

BAB III : Metode Penelitian, berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis data dan sumber data, model pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan, bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian yang terdiri dari deskripsi variabel dependen dan independen, analisis data dan interpretasi terhadap hasil analisis berdasarkan alat dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB V : Penutup, bab ini merupakan membahas kesimpulan dari hasil analisis penelitian dan saran-saran yang perlu disampaikan untuk penelitian akan datang.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian terhadap variabel produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun
2. Hasil pengujian terhadap variabel harga berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun
3. Hasil pengujian terhadap variabel promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun
4. Hasil pengujian terhadap variabel tempat tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun
5. Hasil pengujian terhadap variabel *syariah compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun

B. Saran

1. Kepada BRI Syariah KC Madiun

Dengan memahami hasil penelitian yang menunjukkan 88% keputusan nasabah memilih Bank BRI Syariah KC Madiun dapat

dijelaskan oleh *marketing mix* dan *syariah compliance*. Disarankan kepada pihak bank agar lebih memperhatikan kepatuhan syariah dalam menjalankan perbanknya dan terutama pada strategi pemasarannya yang dilakukan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha perbankan syariah yang sesuai dengan syariah Islam, terutama dalam bidang bauran pemasaran (*marketing mix*) dan kepatuhan syariah (*syariah compliance*).

2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan dan perbandingan dalam melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang, khususnya tentang *marketing mix* dan *syariah compliance* pengaruhnya terhadap keputusan nasabah memilih bank. Serta perlu dikaji lebih lanjut mengenai *marketing mix* dan *syariah compliance* yang sesuai dengan syariah Islam dan harapan nasabah karena kebutuhan dan selera nasabah akan selalu berubah mengikuti perkembangan yang ada. Hal itu dapat dilakukan dengan adanya penelitian lebih lanjut dengan waktu yang disesuaikan tentang *marketing mix* dan *syariah compliance* yang diharapkan nasabah bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alserhan, Baker Muhammad, "The Principles of Islamic Marketing", Gower, United Kingdom (UK), 2011.
- Alma, Buchari dan Priansa, Donni Juni, "*Manajemen Bisnis Syariah*", Alfabeta, Bandung, 2009.
- Amanah, Dita, "*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan*", Jurnal Keuangan dan Bisnis, Volume 2, No.1, Maret 2010.
- Antonio, Muhammad Syafei. 2007. Bank Syari'ah dan Teori ke Praktek. Jakarta: Gema Insani.
- Herman. "*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH Cabang Pekanbaru*". Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Sarif Kasim Riau. 2014.
- Kasmir. 2000. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler ,Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Amstrong. 1995. *Dasar-dasar Perusahaan*. Intermedia. Jakarta.
- Kurnianto, Eman. *Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Costumer Menabung di Taheta PT. Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Tengah Cabang Tamiang Layang*. Jurnal Kindai Volume 9 Nomor 4, pada Oktober – Desember 2013.
- Mohsina Fatema, Foyez Ahamd Bhuiyan, Mostaq Ahamd Bhuiyan. Shari'a Compliance in Bulding Identified Islamic Brands EJBM-Special Issue: Islamic Management and Business., Vol.5 No. 11, (2013)
- Nurhisam , Lukman. Kepatuhan Syariah (Syariah Compliance) Dalam Industri Keuangan. Syariah Ar-Raniry : International Jurnal of Islamic Studies Vol. 3, No. 1, June 2016.
- Rivai, Veithzal, "*Islamic Marketing*", Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2012.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, "*Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*", Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2013.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie L, "*Consumer Behavior*", Tenth Edition, Pearson, New Jersey, 2010.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.

Sumarni, M. 1997. *Manajemen Perbankan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy, “*Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*”, C.V Andi Offset, Yogyakarta, 2014.

www.ojk.go.id

www.brisyariah.co.id

Wahjono, Sentot Imam, “*Manajemen Pemasaran Bank*”, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013.

Winardi. 1991. *Marketing dan Prilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Mandar Maju.

Wiyono, Gendro. 2013. *Merancang Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: STIM YKPN Yogyakarta.

Yaya, Rizal, Aji Erlangga & Ahim Abdurahim, “*Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*”, Edisi 2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2014.

Zamroni, Rokhman Wahibur. “*Pengaruh Marketing Mix dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus*”, Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 4, Nomer 1, Juni 2016.

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENELITIAN

KUISIONER

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth.

Saudara/Saudari Responden

Di Tempat

Assalamu 'alaikum Warahmatullah wabarakatuh

Dengan hormat,

Sehubung dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa program S1 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya:

Nama : Fahmi Ali Mufti

NIM : 14820148

Fak/Jur : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk menyusun skripsi dengan judul **“PENGARUH MARKETING MIX DAN SYARIAH COMPLIANCE TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK BRI SYARIAH DI MADIUN”** Memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner yang dilampirkan bersama surat ini. Bantuan Saudara/Saudari adalah faktor kunci untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel terikat.

Untuk itu saya sangat mengharap Saudara/Saudari untuk mengisi lembar kuesioner ini secara lengkap. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian, sehingga kerahasiaannya akan saya jaga sesuai dengan etika penelitian.

✓ Dimohon untuk membaca setiap pernyataan dengan hati-hati dan menjawab dengan lengkap karena apabila terdapat salah satu yang tidak diisi maka kuesioner dianggap tidak berlaku.

✓ Tidak ada jawaban salah atau benar dalam pilihan Saudara/Saudari, yang paling penting adalah mengisi jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Saudara/Saudari yang sebenarnya. Atas kesediaan Saudara/Saudari meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pernyataan dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Fahmi Ali Mufti

I. DATA RESPONDEN

1. Nama :
(.....)
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Pekerjaan :
 - a. Pegawai negeri
 - b. Pegawai swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Lain-lain (sebutkan)
.....
4. Pendapatan :
 - a. 0 - 4,9 juta
 - b. 5 - 9,9 juta
 - c. 10 - 14,9 juta
 - d. 14,9 juta lebih
5. Lama Menjadi Nasabah :
 - a. 0 - 4,9 Tahun
 - b. 5 - 9,9 Tahun
 - c. 10 - 14,9 Tahun
 - d. 14,9 Tahun lebih

II. PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *SYARIAH COMPLIANCE* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK BRI SYARIAH DI MADIUN.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

1. Variabel Produk

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syariah KC Madiun memiliki produk tabungan yang beragam.					

2.	Nama-nama produk tabungan mampu menarik perhatian masyarakat.					
3.	Produk tabungan yang ditawarkan BRI Syariah KC Madiun sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.					
4.	Simpanan nasabah di BRI Syariah KC Madiun terjamin keamanannya.					

2. Variabel Harga

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Sistem bagi hasil yang digunakan BRI Syariah KC Madiun memancarkan keadilan.					
2.	Porsi bagi hasil yang ditawarkan BRI Syariah KC Madiun sangat kompetitif					
3.	Biaya administrasi BRI Syariah KC Madiun tidak terlalu tinggi.					
4.	Saldo Minimum pada tabungan di BRI Syariah KC Madiun cukup rendah					

3. Variabel Promosi

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syariah KC Madiun melakukan kegiatan publikasi yang menarik.					
2.	Hubungan karyawan BRI Syariah KC Madiun dengan nasabah terjalin dengan baik.					
3.	BRI Syariah KC Madiun menyebarkan brosur pada nasabah dengan					

	memberikan penjelasan yang jelas.					
4.	BRI Syariah KC Madiun melakukan penyebaran iklan di media masa atau media sosial.					

4. Variabel Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syariah KC Madiun mudah dijangkau.					
2.	BRI Syariah KC Madiun memiliki sarana parkir yang luas.					
3.	BRI Syariah KC Madiun berada di dekat pusat bisnis.					
4.	BRI Syariah KC Madiun berada di pusat keramaian.					

5. Variabel Syariah Compliance

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syariah KC Madiun tidak menggunakan sistem bunga sehingga transaksinya bebas riba					
2.	Akad BRI Syariah KC Madiun jelas, sehingga bebas <i>gharar</i> dan <i>maisir</i> .					
3.	BRI Syariah KC Madiun melarang pembiayaan untuk kegiatan perjudian dan spekulasi					
4.	BRI Syariah KC Madiun memiliki lembaga pengelolaan Zakat, Infak dan Shodaqoh					

- *Gharar* adalah istilah dalam kajian hukum islam yang berarti keraguan, tipuan atau tindakan yang merugikan orang lain.
- *Maysir* atau Secara teknis adalah permainan yang di dalamnya diisyaratkan berupa materi yang dari pihak yang kalah untuk pihak yang menang.

6. Variabel Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah KC Madiun

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KC Madiun karena, produk yang ditawarkan.					
2.	Keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KC Madiun karena, sistem dan porsi bagi hasil yang digunakan.					
3.	Keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KC Madiun adanya pengaruh positif dari promosi.					
4.	Keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KC Madiun karena, lokasi yang strategis.					
5.	Keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KC Madiun sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.					

LAMPIRAN 2

DATA DIRI RESPONDEN

No	Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Lama Menjadi Nasabah
1	31	Laki-laki	PNS	> 1 Tahun
2	19	Laki-laki	Mahasiswa	6-12 Bulan
3	19	Laki-laki	Mahasiswa	< 6 Bulan
4	22	Perempuan	Mahasiswa	< 6 Bulan
5	32	Perempuan	PNS	> 1 Tahun
6	24	Laki-laki	Wiraswasta	< 6 Bulan
7	17	Laki-laki	Pelajar	< 6 Bulan
8	18	Laki-laki	Pelajar	< 6 Bulan
9	21	Laki-laki	Mahasiswa	< 6 Bulan
10	22	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
11	22	Laki-laki	Mahasiswa	< 6 Bulan
12	28	Perempuan	PNS	> 1 Tahun
13	19	Perempuan	Mahasiswa	< 6 Bulan
14	24	Perempuan	Mahasiswa	> 1 Tahun
15	19	Perempuan	Mahasiswa	< 6 Bulan
16	27	Laki-laki	PNS	> 1 Tahun
17	23	Perempuan	Mahasiswa	< 6 Bulan
18	23	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
19	24	Perempuan	Mahasiswa	6-12 Bulan
20	24	Perempuan	Mahasiswa	< 6 Bulan
21	30	Laki-laki	Wiraswasta	> 1 Tahun
22	17	Laki-laki	Pelajar	< 6 Bulan
23	22	Perempuan	Mahasiswa	> 1 Tahun
24	17	Perempuan	Pelajar	< 6 Bulan
25	17	Perempuan	Pelajar	< 6 Bulan
26	17	Perempuan	Pelajar	< 6 Bulan
27	29	Laki-laki	Wiraswasta	> 1 Tahun
28	27	Laki-laki	Wiraswasta	> 1 Tahun
29	29	Laki-laki	Polisi	> 1 Tahun
30	22	Perempuan	Mahasiswa	6-12 Bulan
31	26	Perempuan	PNS	> 1 Tahun
32	29	Laki-laki	PNS	> 1 Tahun
33	22	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
34	23	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
35	24	Laki-laki	Mahasiswa	< 6 Bulan
36	25	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
37	23	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
38	22	Perempuan	Wiraswasta	< 6 Bulan

39	21	Perempuan	Mahasiswa	> 1 Tahun
40	22	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
41	21	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
42	22	Laki-laki	Mahasiswa	< 6 Bulan
43	23	Perempuan	Wiraswasta	< 6 Bulan
44	22	Perempuan	Mahasiswa	> 1 Tahun
45	23	Perempuan	Mahasiswa	> 1 Tahun
46	22	Perempuan	Mahasiswa	> 1 Tahun
47	28	Laki-laki	Polisi	> 1 Tahun
48	18	Laki-laki	Pelajar	< 6 Bulan
49	22	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
50	28	Perempuan	Wiraswasta	> 1 Tahun
51	39	Perempuan	Lainnya	> 1 Tahun
52	23	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
53	23	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
54	22	Laki-laki	Mahasiswa	> 1 Tahun
55	30	Laki-laki	Lainnya	> 1 Tahun
56	29	Laki-laki	Lainnya	> 1 Tahun
57	37	Laki-laki	Wiraswasta	> 1 Tahun
58	35	Laki-laki	Wiraswasta	> 1 Tahun
59	29	Laki-laki	Lainnya	> 1 Tahun
60	27	Laki-laki	Lainnya	> 1 Tahun

LAMPIRAN 3
TANGGAPAN RESPONDEN

Produk					Harga					Promosi					Tempat					Syariah complianc e					Keputusan memilih bank					
1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4	5	
5	4	4	3	16	5	4	4	5	18	4	4	5	4	17	4	2	4	4	14	4	5	4	4	17	4	4	4	3	5	20
4	3	5	5	17	5	5	4	3	17	3	4	5	3	15	4	4	5	5	18	5	5	4	5	19	5	5	3	4	5	22
5	5	5	5	20	4	2	5	5	16	3	4	4	5	16	5	2	5	5	17	5	5	5	5	20	5	4	4	5	5	23
4	5	5	5	19	5	5	4	4	18	4	5	5	4	18	4	3	5	5	17	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	18	4	3	4	4	15	5	4	5	3	17	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18	4	4	4	3	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	15	4	3	4	4	15	3	4	5	4	16	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19	4	4	4	3	5	20
4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	4	4	5	4	4	21
3	4	4	4	15	4	4	4	5	17	4	4	5	3	16	5	4	3	5	17	4	5	4	3	16	3	4	4	5	5	21
4	4	4	5	17	4	5	4	4	17	3	4	3	3	13	5	4	4	4	17	3	4	3	4	14	4	3	3	4	4	18
4	4	3	4	15	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	4	5	4	3	16	4	5	4	4	17	4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	15	4	3	3	3	13	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15	4	3	4	4	4	19
4	4	4	5	17	3	3	3	4	13	4	4	4	5	17	5	3	4	3	15	5	5	5	5	20	4	4	4	3	5	20
4	4	4	3	15	3	3	4	4	14	3	4	4	4	15	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	19	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24
4	3	4	3	14	3	3	4	4	14	3	3	3	4	13	4	4	3	3	14	3	3	3	4	13	4	3	4	4	3	18
5	3	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	3	4	18

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

3	3	4	5	1	5	5	5	4	1	4	5	4	4	1	3	4	4	3	1	5	4	4	4	1	4	4	4	2	5	1
4	4	4	4	1	3	4	4	3	1	2	3	5	2	1	5	4	4	4	1	3	3	4	4	1	3	3	4	4	4	1
4	4	4	5	1	4	3	4	4	1	3	3	4	3	1	4	5	4	4	1	4	4	5	4	1	4	4	3	4	5	2
5	5	5	4	1	4	4	3	4	1	4	4	2	4	1	4	2	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	5	4	4	2
4	3	5	4	1	4	4	5	2	1	5	4	4	5	1	4	4	5	5	1	5	5	5	4	1	5	4	4	5	4	2
5	2	4	5	1	4	5	4	4	1	3	4	4	3	1	5	3	5	3	1	4	5	5	5	1	4	5	5	4	5	2
4	4	4	4	1	3	3	5	4	1	2	5	4	2	1	3	2	3	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	2
4	5	4	4	1	4	4	5	5	1	4	4	4	4	1	5	4	5	4	1	4	4	4	4	1	4	4	3	3	5	1
4	4	4	5	1	5	5	4	4	1	4	5	4	4	1	5	4	5	4	1	5	4	5	4	1	5	4	4	5	5	2
5	5	5	3	1	4	5	4	5	1	4	5	4	4	1	4	5	4	4	1	5	3	4	4	1	3	5	5	3	3	1
5	3	4	5	1	3	3	2	2	1	2	4	2	4	1	3	3	4	4	1	5	4	4	5	1	3	4	3	2	5	1
				7					0					2				4					8						7	

LAMPIRAN 4

HASIL OUTPUT STATISTIK DESKRIPTIF

A. Variabel Produk

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14,00	1	1,7	1,7	1,7
	15,00	9	15,0	15,0	16,7
	16,00	16	26,7	26,7	43,3
	17,00	13	21,7	21,7	65,0
	18,00	7	11,7	11,7	76,7
	19,00	6	10,0	10,0	86,7
	20,00	8	13,3	13,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

B. Variabel Harga

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10,00	2	3,3	3,3	3,3
	13,00	4	6,7	6,7	10,0
	14,00	5	8,3	8,3	18,3
	15,00	10	16,7	16,7	35,0
	16,00	12	20,0	20,0	55,0
	17,00	9	15,0	15,0	70,0
	18,00	12	20,0	20,0	90,0
	19,00	3	5,0	5,0	95,0
	20,00	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

C. Variabel Promosi

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10,00	1	1,7	1,7	1,7
	11,00	1	1,7	1,7	3,3
	12,00	4	6,7	6,7	10,0
	13,00	5	8,3	8,3	18,3
	14,00	7	11,7	11,7	30,0
	15,00	5	8,3	8,3	38,3
	16,00	13	21,7	21,7	60,0
	17,00	11	18,3	18,3	78,3
	18,00	6	10,0	10,0	88,3
	19,00	1	1,7	1,7	90,0
	20,00	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

D. Variabel Tempat

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	11,00	1	1,7	1,7	1,7
	12,00	1	1,7	1,7	3,3
	14,00	8	13,3	13,3	16,7
	15,00	5	8,3	8,3	25,0
	16,00	15	25,0	25,0	50,0
	17,00	12	20,0	20,0	70,0
	18,00	11	18,3	18,3	88,3
	19,00	2	3,3	3,3	91,7
	20,00	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

E. Variabel Syariah Compliance

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13,00	1	1,7	1,7	1,7
	14,00	3	5,0	5,0	6,7
	15,00	2	3,3	3,3	10,0
	16,00	15	25,0	25,0	35,0
	17,00	12	20,0	20,0	55,0
	18,00	10	16,7	16,7	71,7
	19,00	6	10,0	10,0	81,7
	20,00	11	18,3	18,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

F. Variabel Keputusan

Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14,00	2	3,3	3,3	3,3
	15,00	1	1,7	1,7	5,0
	17,00	2	3,3	3,3	8,3
	18,00	4	6,7	6,7	15,0
	19,00	9	15,0	15,0	30,0
	20,00	13	21,7	21,7	51,7
	21,00	11	18,3	18,3	70,0
	22,00	8	13,3	13,3	83,3
	23,00	5	8,3	8,3	91,7
	24,00	2	3,3	3,3	95,0
	25,00	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

LAMPIRAN 5

HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS

A. Variabel Produk

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,275*	,384**	,264*	,702**
	Sig. (2-tailed)		,034	,002	,042	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	,275*	1	,297*	,043	,683**
	Sig. (2-tailed)	,034		,021	,743	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	,384**	,297*	1	,314*	,692**
	Sig. (2-tailed)	,002	,021		,015	,000
	N	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	,264*	,043	,314*	1	,581**
	Sig. (2-tailed)	,042	,743	,015		,000
	N	60	60	60	60	60
X1	Pearson Correlation	,702**	,683**	,692**	,581**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

B. Variabel Harga

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,460**	,396**	,221	,693**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,090	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	,460**	1	,332**	,293*	,745**
	Sig. (2-tailed)	,000		,010	,023	,000
	N	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	,396**	,332**	1	,345**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,002	,010		,007	,000

N		60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	,221	,293*	,345**	1	,691**
	Sig. (2-tailed)	,090	,023	,007		,000
N		60	60	60	60	60
X2	Pearson Correlation	,693**	,745**	,710**	,691**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N		60	60	60	60	60

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

C. Variabel Promosi

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,539**	,377**	,710**	,909**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	,539**	1	,274*	,391**	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000		,034	,002	,000
	N	60	60	60	60	60
X3.3	Pearson Correlation	,377**	,274*	1	,116	,576**
	Sig. (2-tailed)	,003	,034		,376	,000
	N	60	60	60	60	60
X3.4	Pearson Correlation	,710**	,391**	,116	1	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,376		,000
	N	60	60	60	60	60
X3	Pearson Correlation	,909**	,694**	,576**	,780**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

D. Variabel Tempat

		Correlations				
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,102	,186	,449**	,640**
	Sig. (2-tailed)		,437	,155	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X4.2	Pearson Correlation	,102	1	,338**	,183	,663**
	Sig. (2-tailed)	,437		,008	,161	,000
	N	60	60	60	60	60
X4.3	Pearson Correlation	,186	,338**	1	,326*	,669**
	Sig. (2-tailed)	,155	,008		,011	,000
	N	60	60	60	60	60
X4.4	Pearson Correlation	,449**	,183	,326*	1	,697**
	Sig. (2-tailed)	,000	,161	,011		,000
	N	60	60	60	60	60
X4	Pearson Correlation	,640**	,663**	,669**	,697**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

E. Variabel Syariah Compliance

		Correlations				
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5
X5.1	Pearson Correlation	1	,464**	,566**	,572**	,845**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X5.2	Pearson Correlation	,464**	1	,400**	,465**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
X5.3	Pearson Correlation	,566**	,400**	1	,323*	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,012	,000
	N	60	60	60	60	60
X5.4	Pearson Correlation	,572**	,465**	,323*	1	,752**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,012		,000
	N	60	60	60	60	60
X5	Pearson Correlation	,845**	,760**	,738**	,752**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

F. Variabel Keputusan Memilih Bank

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	,354**	,515**	,486**	,329*	,806**
	Sig. (2-tailed)		,006	,000	,000	,010	,000
	N	60	60	60	60	60	60
Y1.2	Pearson Correlation	,354**	1	,413**	,107	,282*	,621**
	Sig. (2-tailed)	,006		,001	,415	,029	,000
	N	60	60	60	60	60	60
Y1.3	Pearson Correlation	,515**	,413**	1	,346**	,067	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,007	,609	,000
	N	60	60	60	60	60	60
Y1.4	Pearson Correlation	,486**	,107	,346**	1	,127	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000	,415	,007		,335	,000
	N	60	60	60	60	60	60
Y1.5	Pearson Correlation	,329*	,282*	,067	,127	1	,503**
	Sig. (2-tailed)	,010	,029	,609	,335		,000
	N	60	60	60	60	60	60
Y	Pearson Correlation	,806**	,621**	,719**	,669**	,503**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 6

HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS

A. Variabel Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,755	5

B. Variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,781	5

C. Variabel Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,796	5

D. Variabel Tempat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,759	5

E. Variabel Syariah Compliance

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

,807	5
------	---

F. Variabel Keputusan Memilih Bank

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,763	6



LAMPIRAN 7

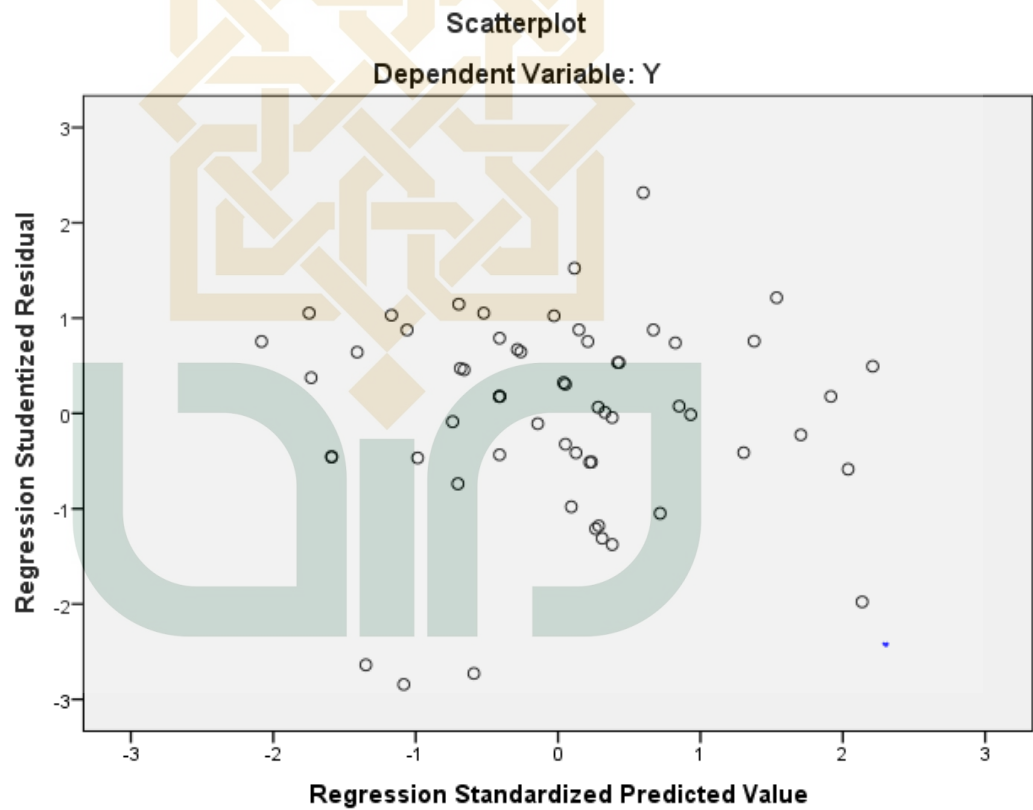
HASIL OUT PUTUJI ASUMSI KLASIK

A. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,658	2,672		,621	,537		
	X1	,145	,162	,103	,894	,375	,645	1,549
	X2	,297	,137	,270	2,169	,035	,550	1,818
	X3	,252	,123	,258	2,044	,046	,536	1,865
	X4	,064	,154	,052	,415	,680	,539	1,855
	X5	,371	,158	,284	2,345	,023	,584	1,713

a. Dependent Variable: Y

B. Uji Heteroskedastisitas



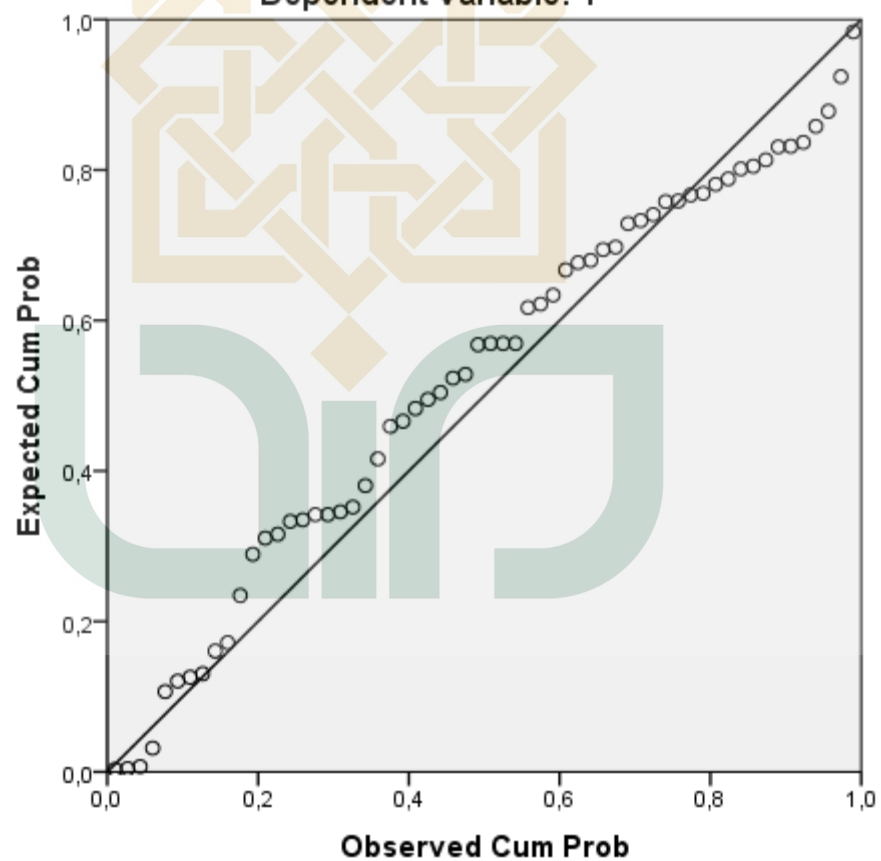
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,356	1,659		,817	,417
	X1	-,035	,101	-,058	-,352	,726
	X2	,048	,085	,099	,561	,577
	X3	-,136	,076	-,319	-1,780	,081
	X4	-,001	,096	-,002	-,008	,993
	X5	,107	,098	,187	1,087	,282

a. Dependent Variable: RES2

C. Uji Normalitas**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

Dependent Variable: Y



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,59257400
Most Extreme Differences	Absolute	,103
	Positive	,086
	Negative	-,103
Test Statistic		,103
Asymp. Sig. (2-tailed)		,183 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

LAMPIRAN 8

HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734 ^a	,539	,496	1,66467

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X4, X3

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174,942	5	34,988	12,626	,000 ^b
	Residual	149,641	54	2,771		
	Total	324,583	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X4, X3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,658	2,672		,621	,537
	X1	,145	,162	,103	,894	,375
	X2	,297	,137	,270	2,169	,035
	X3	,252	,123	,258	2,044	,046
	X4	,064	,154	,052	,415	,680
	X5	,371	,158	,284	2,345	,023

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 9

SURAT IZIN PENELITIAN



Surat Keterangan

B. 193 /BRIS-KC Madiun/11/2018

Assalamu alaikum warahmatullahi wabarakatuh.....

Dengan surat ini kami menerangkan bahwa mahasiswa Universitas Islam Negeri Yogyakarta :

Nama : Fahmi Ali Mufti
 NIM : 14820148
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Perbankan Syariah

Telah melakukan penelitian terhadap nasabah terkait alasan nasabah memutuskan untuk memilih Bank BRISyariah Kantor Cabang Madiun sebagai bank untuk bertransaksi baik pendanaan maupun pembiayaan selama 2 minggu tanggal 01 November 2018 s/d 16 November 2018.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Madiun, 23 November 2018
 PT. Bank BRISyariah
 KC Madiun



Yayuk Setiyo Rahayu
 Operasional & Service Manager

Tawakal, Integritas, Profesional, Antusias, Berorientasi Bisnis, Kequasan Pelanggan, Penghargaan SDM
 "Berpada dalam Karya Produktif, Efisien dan Doa Menuju Bank Syariah Ritel Modern"

Bank BRI Syariah

Jl. S.Parmen no. 44, Madiun

Telp. 0351 466247 / 466304
 Fax. 0351 468073

www.brisyariah.co.id

LAMPIRAN 10

DOKUMENTASI





LAMPIRAN 11

CURRICULUM VITAE

Nama : Fahmi Ali Mufti

Tempat, tanggal lahir : Madiun, 28 Desember 1995

Agama : Islam

Warga Negara : Indonesia

Golongan Darah : O

Alamat Asal : Jl. Raya Kebonsari Rt.20 Rw.07, Desa
Kedondong, Kec. Kebonsari, Kab. Madiun, Prov. Jatim

Alamat Domisili : Gg. Flamboyan No. 23, Janti, Caturtunggal,
Depok, Sleman, Yogyakarta 55281

Nama Ibu : Irtiqoyah Himmatin

Nama Bapak : Muhtarom

Nomor Handphone : 081223283970

Email : Fahmialimufti4@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

- TK Babussalam Kab. Madiun
- 2002 – 2008 MI An-Najihah Babussalam Kab. Madiun
- 2008 – 2011 SMP-IT Al-Mawadah 3 Kab. Ponorogo
- 2011 – 2014 MAN 2 Kota Madiun
- 2014 – sekarang UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta–
Jurusan Perbankan Syariah