

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN

NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH

(Studi Kasus pada Bank Muamalat KCU Yogyakarta)



SKRIPSI

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

STRATA SATU

OLEH:

KHANIF ASLAM

15820091

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

2019

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH**

(Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Yogyakarta)



SKRIPSI

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

Oleh:

KHANIF ASLAM
NIM. 15820091

PEMBIMBING

ROSYID NUR ANGGARA PUTRA, SPd., M.Si.
NIP. 19880524 201503 1 010

**PROGRAM STUDI 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-554/ Un.02/ DEB/ PP.00.9/02/2019

Tugas Akhir dengan judul : **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA BANK MUAMALAT KCU YOGYAKARTA)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Khanif Aslam
Nomor Induk Mahasiswa : 15820091
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

Rosvid Nur Anggara Putra, S.Pd., M.Si.
NIP. 19880524 201503 1 010

Penguji I

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji II

Joko Setyono SE., M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003

Yogyakarta, 21 Februari 2019

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN



Dr. H. Syarifah Mahmudah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Khanif Aslam

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Khanif Aslam

NIM : 15820091

Judul Skripsi : “ Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Muamalat KCU Yogyakarta)”

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 6 Jumadil Akhir 1440 H

11 Februari 2019 M

Pembimbing,

Rosyid Nur Anggara Putra, S.Pd., M.Si.

NIP. 19880524 201503 1 010

SYARAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Khanif Aslam

NIM : 15820091

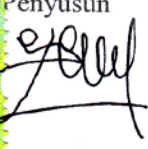
Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah (studi kasus pada Bank Muamalat KCU Yogyakarta)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam bodynote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 6 Jumadil Akhir 1440 H
11 Februari 2019

Penyusun

Khanif Aslam
15820091



SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Khanif Aslam
NIM : 15820091
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

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

“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah (studi kasus pada Bank Muamalat KCU Yogyakarta)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 11 Februari 2019

Yang Menyatakan,



(Khanif Aslam)

MOTTO

- 5. Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan,**
- 6. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.**
(QS Al Insyirah Ayat 5-6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

IBU, IBU, IBU, BAPAK, KELUARGA, SAHABAT, TEMAN,
ENGKAU.

(bagi siapa saja yang mempermudah urusan orang lain)



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Alhamdulillah, atas puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayahnya sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Sholawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul qiyamah*. Amiin.

Alhamdulillah berkat hidayah dan pertolongan-Nya, penulis dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah (studi kasus pada Bank Muamalat KCU Yogyakarta)”. Skripsi ini belum tentu selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang ikut memberi andil dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Rosyid Nur Anggara Putra, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Perbankan Syariah yang telah membagi ilmunya terhadap penulis selama belajar di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

6. Segenap karyawan yang telah banyak membantu terhadap kelancaran proses belajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Keluarga saya tercinta, Ibu Trimah Wati dan Bapak Sugiyanto yang selalu memberikan dorongan yang sangat besar bagi penulis sehingga dapat berada dalam titik sejauh ini. Tak lupa kepada kakak dan adik saya Setyo Wibowo dan Lailatul Rizky Amanah S yang selalu memberikan semangat.
8. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat FEBI UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan banyak pengalaman hidup berorganisasi.
9. Kepada group “POP” yang didalamnya ada Zida Elvada, Muhammad Rifa’i Aulia, Luqman Hakim Muzakky, Siti Qoziah, Indika Fahatunnada, Tika Hanum Oktaviani, Nurul Fatimah yang selalu memberikan dukungan baik diwaktu senang maupun susah.
10. Kepada sahabat-sahabat saya yang sudah banyak membantu di dalam proses ini (Firdayanti, Della Octarini, Dina Fitri, Ni’imahiyya Saidah) dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
11. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah B dan Perbankan Syariah angkatan 2015 yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat tanpa lelah.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis hargai. Akhir kata, besar harapan penulis agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menjadi pedoman untuk pembuatan tugas akhir selanjutnya.

Yogyakarta, 6 Jumadil Akhirah 1440 H
11 Februari 2019

Hormat saya,

Khanif Aslam
NIM. 15820091

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1978 dan 0543/U/1978.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Ṡā'	Ṡ	es (titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Ḥā'	Ḥ	ha (titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	zet (titik di atas)
ز	Rā'	R	Er
س	Zāi	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye

ص	Ṣād	Ṣ	es (titik di bawah)
ض	Ḍād	Ḍ	de (titik di bawah)
ط	Ṭā'	Ṭ	te (titik di bawah)
ظ	Ẓā'	Ẓ	zet (titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
و	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	W
ها	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

يَتَعَدَّدَة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	' <i>iddah</i>

III. *Tā' marbūṭah*

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.

حِكْمَة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عِلْمَة	Ditulis	' <i>illah</i>
كِسَايَةُ الْأَوْثِيَاءِ	Ditulis	<i>karāmah al-auliā'</i>

IV. Vokal Pendek dan Penerapannya

َ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

فَعَم	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
نَكُس	Kasrah	Ditulis	<i>Źukira</i>
يَرَهَة	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

VI. Vokal Panjang

1.Fathah + alif	Ditulis	<i>A</i>
جاهليّة	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2.Fathah + ya" mati	Ditulis	<i>Ā</i>
تَنسَى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.Kasrah + ya" mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كَسِي	Ditulis	<i>Karīm</i>
4.Dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فُسُوز	Ditulis	<i>Furuḍ</i>

VII. Vokal Rangkap

1.Fathah + ya" mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَكِي	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

أَنْتِي	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَا تُشْكِرُنِي	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

X. Kata Sandang Alif + Lam

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

انْقِسَاءً انْقِسَاءً	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
انْقِيَّاس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyah ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyah

انْسَاءً	ditulis	<i>as-Sama'</i>
انْشَس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

XI. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

XII. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat dapat ditulis menurut penulisannya

ذَوِي انْفِسَوْض	Ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أَهْلَانَسْنَة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Keputusan Nasabah	11
2. Promosi	13
3. Produk	15
4. Lokasi.....	18
5. Keluarga	20
B. Telaah Pustaka	22
C. Pengembangan Hipotesis	27

D. Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Populasi Dan Sampel	32
C. Definisi Operasional Variabel.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Kesimpulan Data	46
B. Profil Responden.....	46
C. Analisis Data	49
D. Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tebel 2.1 Telaah Pustaka	22
Tabel 3.1 Landasan Operasional Variabel	36
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah..	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Nasabah	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Heterokedastisitas	57
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.11 Uji Simultan F	62
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.13 Uji Signifikansi T	64
Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	66
Tabel 4.15 Detail Jawaban Kuesioner Promosi	67
Tabel 4.16 Detail Jawaban Kuesioner Produk	69
Tabel 4.17 Detail Jawaban Kuesioner Lokasi.....	72
Tabel 4.18 Detail Jawaban Kuesioner Keluarga	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta. Dalam penelitian ini mengambil sampel 100 responden dengan menggunakan *random sampling method* dari keseluruhan populasinya yaitu seluruh nasabah KCU Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta, adapun faktor-faktor yang memengaruhinya ialah faktor promosi, faktor produk, faktor lokasi dan faktor keluarga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta.

Kata kunci: promosi, produk, lokasi, keluarga dan keputusan nasabah.

ABSTRACT

The research are aim to indicated which of the following factors that influence the costumer decision toward the services of Muamalat Bank KCU Yogyakarta. There are four independent variable (promotion, product, location, and family) and one dependent variable (costumer decision). This research are based on 100 sample from its population which is all the entire Muamalat Bank KCU Yogyakarta costumers, using random sampling as the sample collecting method. This is a quantitative research using multiple linear regression as the analysis tool with the assistance of SPSS 20 application in processing the data. The outcome indicate that promotion, product, location, family either simultaneously or partially positive significantly influence the costumer decision using the services provided by Muamalat Bank KCU Yogyakarta.

Keywords: promotion, product, location, family and customer decisions.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank menjadi salah satu yang kegiatan usahanya memegang peranan penting dalam roda perekonomian. Kegiatan pokok yang dilakukan oleh bank ialah penghimpunan dana dan penyaluran dana (Rodoni, 2006). Keberhasilan bank dalam melakukan penghimpunan atau mobilisasi dana sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang diantaranya adalah kepercayaan masyarakat pada suatu bank, dimana kepercayaan ini sangat dipengaruhi oleh kinerja bank yang bersangkutan, posisi keuangan, kemampuan, integritas, serta kredibilitas manajemen bank (Rodoni, 2006:28). Untuk itu, nasabah pun dituntut untuk lebih selektif lagi dalam memilih suatu bank.

Pengembangan sistem perbankan di Indonesia dilakukan dengan sistem perbankan ganda (*dual banking system*) dalam kerangka Arsitek Perbankan Indonesia (API). Arsitek Perbankan Indonesia sendiri merupakan program yang bertujuan untuk memperkuat permodalan bank dalam rangka meningkatkan kemampuan bank mengelola usaha maupun risiko, mengembangkan teknologi informasi, maupun meningkatkan skala usahanya guna mendukung peningkatan kapasitas pertumbuhan kredit perbankan untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Sistem perbankan baik perbankan syariah maupun perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilitas dana masyarakat

secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional (www.bi.go.id).

Bank syariah merupakan lembaga keuangan Islam yang usaha pokoknya memberikan jasa-jasa dalam arus pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam pasal 1 ayat (7) undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dijelaskan bahwa bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenis-jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dalam pasal 1 ayat (12) disebutkan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

Kepala Departemen Literasi dan Inklusi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Sondang Martha Somosir mengatakan bahwa produk keuangan syariah semakin banyak diminati warga. Produk syariah tidak terbatas hanya diminati oleh warga beragama Muslim, tetapi juga non-muslim banyak yang memakai produk bank syariah. Hal tersebut merupakan fakta yang terjadi di beberapa Kota di Indonesia. Oleh karena itu banyak warga non-muslim senang menggunakan produk syariah yang tidak ada unsur riba. Dengan alasan tersebut pemasaran penggunaan produk syariah harus semakin digencarkan (www.kompas.com).

Pada awal berdirinya PT Bank Muamalat Indonesia Tbk pada 1 November 1991 yang pada saat itu digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapatkan dukungan dari pemerintah Republik Indonesia. Resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 yang selanjutnya Bank Muamalat terus mengembangkan inovasi dalam berbagai produk keuangan syariah.

Seiring kapasitas bank yang semakin diakui, bank juga melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan Kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Hingga saat ini Bank Muamalat telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) Kantor cabang di Malaysia. Operasi bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui *Malaysia Elektronik Payment* (MEPS).

Kantor cabang Bank Muamalat di daerah Kota Yogyakarta merupakan salah satu Kantor cabang. Kantor tersebut melayani nasabah untuk berbagai kebutuhan terkait produk Bank Muamalat seperti pengajuan kredit dan pinjaman, setor tunai, simpanan, pembuatan akun bank, pengajuan kredit pemilikan rumah (KPR) Bank Muamalat, hingga *mobile online banking*. (www.bankmuamalat.co.id). Di wilayah Yogyakarta sendiri Bank Muamalat memiliki 7 kantor cabang dan memiliki 16 layanan ATM. Bank Muamalat KCU Yogyakarta pada tahun 2018 meraih penghargaan platinum pada acara *Indonesian Corporate Social Responsibility Award* (ICSRA). Dengan hal

tersebut maka peneliti tertarik terhadap Bank Muamalat KCU Yogyakarta untuk dijadikan sebagai objek penelitian.

Di sisi lain perkembangan bank syariah masih banyak mengalami kendala. Misalnya saja kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak terkait kepada masyarakat tentang keberadaan bank syariah. Sosialisasi tidak hanya sekedar memperkenalkan bank syariah disuatu tempat, tetapi juga memperkenalkan mekanisme, produk bank syariah dan instrumen keuangan bank syariah kepada masyarakat (Rahayu, 2018). Kebanyakan masyarakat memang sudah tahu apa itu bank syariah, namun mereka tidak mengetahui produk-produk yang ditawarkan bank syariah sehingga masyarakat yang tidak tahu produk-produk bank syariah, tentunya tidak akan ada keputusan menggunakan jasa bank syariah karena mereka menganggap bahwa fasilitas penunjang yang diberikan masih kalah dengan fasilitas yang ditawarkan oleh bank konvensional (Rahayu, 2018).

Secara umum faktor yang dapat memengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah antara lain ialah faktor pelayanan bank syariah, faktor pengetahuan tentang konsep bank syariah, faktor karakteristik bank syariah, pengetahuan produk, aktivitas promosi, lokasi, kelas sosial, kelompok referensi, faktor keluarga, faktor persepsi stimuli. Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil empat variabel saja, karena variabel tersebut dianggap sebagai variabel yang banyak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.

Adapun beberapa faktor yang dapat memengaruhi keputusan masyarakat menggunakan jasa bank syariah, menurut Musnaini (2010) dan Nasution (2013) terdapat faktor promosi dan produk. Utomo (2014) dan Nasution menyatakan terdapat faktor lokasi didalamnya, Nita (2016) dan Juli (2017) juga menyatakan bahwa faktor keluarga dapat memengaruhi keputusan. Faktor promosi merupakan suatu kegiatan untuk mengenalkan barang atau jasa dari suatu perusahaan. Dalam kegiatan ini bank syariah dituntut untuk dapat mempromosikan barang atau jasa yang dimiliki oleh bank syariah tersebut. Dalam pelaksanaannya promosi pada umumnya memiliki tujuan yang sama antar bank, yaitu untuk memikat nasabah baru, mengajak calon nasabah untuk datang ke bank dan memiliki produk yang ditawarkan. Tanpa adanya promosi yang dilakukan oleh bank syariah maka masyarakat tidak akan mengenal bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh dalam memikat dan mempertahankan nasabahnya (Kasmir, 2004)

Faktor produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga sebisa mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk bisa berupa benda fisik, jasa orang, tempat, organisasi dan gagasan (Kotler, 1999). Produk yang baik ialah produk yang sesuai dan yang diharapkan oleh nasabah yang tentunya lebih berinovasi dari produk yang sudah ada, sehingga hal tersebut diharapkan mampu untuk menarik nasabah menggunakan jasa bank syariah.

Faktor lokasi merupakan hal yang sangat penting dan menentukan kedudukan bagi keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat Kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen (Kasmir, 2004).

Menurut Lestari (2012) faktor keluarga merupakan sekumpulan orang yang memiliki hubungan darah atau menyediakan terselenggaranya fungsi-fungsi instrumental mendasar dan fungsi-fungsi ekspresif keluarga bagi para anggotanya yang berada dalam suatu jaringan. Keluarga merupakan organisasi pembelian nasabah yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara eksensif.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2014) menyimpulkan bahwa faktor pelayanan bank syariah, faktor pengetahuan tentang konsep bank syariah, dan faktor harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan faktor karakteristik bank syariah, faktor lokasi dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Monang dan Inggrita (2013) menyatakan bahwa variabel produk, pelayanan promosi, lokasi, dan kredibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Oleh karena itu secara simultan

diketahui bahwa variabel tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Jatun dan Hari (2015), pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Aktivitas promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Despri (2016) mengatakan didalam penelitiannya bahwa faktor keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menyimpan dananya di bank syariah Purwokerto.

Perbedaan penelitian penyusun terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yaitu: Variabel yang ada pada penelitian ini berbeda, penulis melihat antara faktor promosi, faktor produk, faktor lokasi dan faktor keluarga terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Adapun objeknya ialah nasabah di Bank Muamalat KCU Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA BANK MUAMALAT KCU YOGYAKARTA)”**.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah faktor promosi berpengaruh kepada keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta?
2. Apakah faktor produk berpengaruh kepada keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta?
3. Apakah faktor lokasi berpengaruh kepada keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta?
4. Apakah faktor keluarga berpengaruh kepada keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta?

D. Tujuan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan seberapa besar faktor promosi memberikan pengaruh kepada keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta.
2. Menjelaskan seberapa besar faktor produk memberikan pengaruh kepada keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta.
3. Menjelaskan seberapa besar faktor lokasi memberikan pengaruh kepada keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta.
4. Menjelaskan seberapa besar faktor keluarga memberikan pengaruh kepada keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, diharapkan memberikan informasi kepada nasabah dalam pertimbangan dan pengambilan keputusan untuk berinvestasi dan melakukan pembiayaan di bank syariah.
2. Dengan adanya pendekatan dan variabel yang digunakan dapat memberikan manfaat kepada akademisi dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya ilmu ekonomi Islam atau ilmu ekonomi perbankan syariah.
3. Menjadi sumber pembelajaran dan kajian lebih lanjut bagi penelitian berikutnya yang berkenaan dengan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di Indonesia.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan penelitian ini terbagi dalam lima bab yang saling berkaitan. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang menjadi gambaran awal dari apa yang menjadi latar belakang penelitian ini melalui pengembangan isu dan fenomena yang sedang terjadi di perbankan syariah khususnya pada keputusan nasabah. Kemudian rumusan masalah dituangkan dalam pertanyaan, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan yang

menjelaskan sistematika penyajian hasil penelitian dari awal hingga kesimpulan dari penelitian yang akan dilakukan juga dikemukakan.

Bab kedua, merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis. Bab ini membahas mengenai tinjauan teoritis tentang informasi-informasi mengenai variabel penelitian yang berisi tinjauan pustaka terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, sehingga perlu dijabarkan teori mengenai keputusan nasabah, promosi, produk, lokasi dan keluarga. Selanjutnya pengembangan hipotesis dirumuskan berdasarkan dari landasan teori dan tinjauan pustaka pada penelitian terdahulu dan merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang ada.

Bab ketiga, merupakan metode penelitian yang berisi gambaran dan cara tentang teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang ada. Cara atau teknik ini meliputi uraian tentang penjelasan mengenai jenis penelitian yang akan dilakukan, data dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab keempat, berisi tentang hasil penelitian yang akan dilakukan. Hasil penelitian dari pengolahan data dengan pembahasannya, yang didasarkan pada analisis hasil pengujian data secara deskriptif maupun hasil pengujian hipotesis yang akan dilakukan beserta implikasinya.

Bab kelima, berisi penutup yang didalamnya terdapat kesimpulan dari hasil analisis penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam bab empat. Selanjutnya pada bagian akhir bab ini juga disampaikan saran yang bersifat praktis dan teoritis serta keterbatasan penelitian



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan alat analisis regresi berganda menggunakan SPSS versi 20, dengan sampel 100 sampel berupa kuesioner yang disebar pada nasabah Bank Muamalat KCU Yogyakarta, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCU Yogyakarta telah dijalankan dengan baik dan disampaikan dengan jelas. Sehingga promosi secara positif berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Semakin tinggi tingkat promosinya dan kualitas promosinya maka akan semakin baik.
2. Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta. Hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan dapat dipercaya dan nasabah merasa puas setelah menggunakan produk yang ditawarkan. Sehingga kepercayaan akan produk yang ditawarkan dan kepuasan setelah menggunakan produk tersebut akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa di bank syariah.

3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta. Hal ini dikarenakan lokasi yang ditawarkan oleh bank sangatlah terjangkau. Baik dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum, sehingga seorang nasabah mudah mengakses untuk datang ke lokasi tersebut. Adapun sarana lain yang diberikan oleh pihak bank yaitu tempat parkir yang luas dan aman, hal tersebut yang akan memberikan rasa aman kepada nasabah tanpa memikirkan hal yang tidak diinginkan.
4. Keluarga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Muamalat KCU Yogyakarta. Hal ini dikarenakan keterkaitan antar anggota keluarga menggunakan jasa bank syariah yang sama. Hal itu dibuktikan bahwa peranan orang tua cukup dalam dalam pemberian keputusan untuk menggunakan jasa bank syariah dalam keluarga.

B. Saran

Dari beberapa hasil penelitian diatas maka saran yang dapat peneliti sampaikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya agar lebih memperhatikan sampel yang akan dijadikan sebagai objek penelitiannya. Karena penelitian ini mayoritas yang ditemui oleh peneliti adalah mahasiswa, yang tingkat pemakainnya belum lama.

2. Diharapkan penelitian ini dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan indikator dan variabel yang telah dipaparkan, sehingga menjadi lebih baik lagi bagi penelitian selanjutnya.



Daftar Pustaka

- Andespa, Roni. (2017). Pengaruh Budaya dan Keluarga terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. *Jurnal kajian Ekonomi Islam*.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Chotimah, Chusnnul. (2014). Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap masyarakat memilih bank syariah di Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Danupranata, Gita. 2015. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmawan. 2003. Pengaruh Citra Merek terhadap Efektifitas Iklan. *Jurnal Media Mahardika vol 2 no.3*.
- Dewi, Gemala. 2007. *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Asuransi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Ekadhesti, Angga. (2017). Identifikasi Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Purbalingga. *Jurnal UMP*.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hermin, Nita. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Dana Pada Bank Syariah Di Kota Purwokerto. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi UMP*.
- Huda, Nurul. (2015). Analisis Faktor Sosial Budaya Dan Psikologis Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol.3, Nomor 3, Oktober 2015*.
- Indrawan Rully dan Poppy. 2014. *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Jatun, Rengganing dan Hari, Magnadi, Rizal. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada Kospin Jasa Layanan Syariah Pekalongan. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Lainnya*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Perseada.

- Kerlinger. 2008. *Rancangan Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 1999. *Marketing Esentials: Marketing*. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip, 1998. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Murajat. (2001). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. UPP-AMP YKPN.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lestari, Sri. 2012. *Psikologi Keluarga: Penanaman Nilai dan Penanganan Konflik dalam Keluarga*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Pemasaran Jasa*. Banten: Universitas Terbuka.
- Made, I, Satria, Pramana. (2013). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Menjadi Nasabah Pada Pt. Bpr Pusaka Denpasar. *Jurnal Ekonomi Universitas Udayana Bali*.
- Musnaini. (2010). Perilaku Nasabah Non Muslim Dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Produk Bank Syariah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi*.
- Prasetyo, Utomo, Toni. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*.
- Rahayu, Ayu. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta.
- Ranto Tambunan Inggrita Gusti Sari Nasution, Monang. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bca Kota Medan (Studi Kasus Etnis Cina). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.
- Rodoni Ahmad dan Abdul Hamid, Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta, Zikrul Hakim.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sujarweni, V. Wiratna dan Poli Endrayanti. (2012). *Statistika untuk Peneliti*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Sutrisno, Hadi. 2004. *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Swastha, Basu. dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern. Edisi 2*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Jelajah Nusa.
- Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Undang-undang Republik Indonesia, UU No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Waluyo, P. dan Pamungkas, A. 2003. *Analisis perilaku brand switching konsumen dalam pembelian produk*. Semarang.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.
- Willem, Juli. (2017). Pengaruh faktor pribadi dan faktor keluarga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal EMBA vol.5 no.2*.
- <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/05/103000726/ojk--banyak-warga-non-muslim-juga-minati-produk-syariah> diakses pada 10 desember 2018. 09.45 WIB.
- <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> diakses pada 11 Desember 2018. Jam 17.23 WIB.
- www.bi.go.id diakses pada 11 Desember 2018. Jam 17.34 WIB.

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK MUAMALAT

Hal: Permohonan Pengisian Kuisisioner

Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i.

Responden yang terhormat.

Dengan hormat, dengan ini saya:

Nama : Khanif Aslam

NIM : 15820091

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Bermaksud melakukan penelitian tentang **“Analisis Faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah”**. kali ini, saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuisisioner. Untuk keperluan tersebut saya memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i. nasabah bank syariah untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner penelitian ini. Mengingat pentingnya data penelitian ini, saya sangat mengharapkan agar kuisisioner penelitian ini diisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi sebenarnya. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i hanya digunakan untuk penelitian dan kerahasiaan akan saya jaga dengan hati-hati.

Atas kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Khanif Aslam

Nb: Contact person: 0821-3311-6953

Kuisisioner Penelitian

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Lengkap	:.....		
Alamat	:.....		
Jenis kelamin	: Laki-laki ☐	Perempuan	☐
Lama Menjadi Nasabah	: a. < 6 bulan	d. 4-5 tahun	
	b. 6 bulan - 1 tahun	e. 5-7 tahun	
	c. 2-3 tahun		
Umur	: a. < 20 tahun	d. 41-50 tahun	
	b. 21-30 tahun	e. > 50 tahun	
	c. 31-40 tahun		
Pekerjaan	: 1. Pelajar /Mahasiswa	4. PNS/	
	2. Wiraswasta	5. Lain-lain.....	
	3. Pegawai Swasta		

PETUNJUK PENGISIAN

1. Beri tanda (√ atau X) untuk jawaban yang anda pilih.
2. Pilih jawaban:
STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

A. Keputusan nasabah

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya menggunakan jasa Bank Muamalat karena sudah sesuai dengan prinsip syariah				
2	Saya menabung di Bank Muamalat karena bebas dari unsur riba				
3	Saya menggunakan jasa Bank Muamalat karena pelayanan yang diberikan memuaskan				
4	Saya menggunakan jasa Bank Muamalat karena produk yang ditawarkan dipromosikan dengan baik				
5	Saya menggunakan jasa Bank Muamalat karena produknya menarik				
6	Saya menggunakan jasa Bank Muamalat karena nisbah bagi hasilnya bersaing dengan bank lainnya.				
7	Saya menggunakan jasa Bank Muamalat karena promosinya menarik				

B. Faktor Promosi

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya tertarik dengan iklan yang di tampilkan oleh Bank Muamalat di media massa (brosure, majalah, web, dll)				
2	Saya tertarik dengan promosi Bank Muamalat melalui pemberian cendera mata kepada nasabah				
3	Saya tertarik dengan promosi yang dilakukan Bank Muamalat dengan mengikuti pameran atau bakti sosial				
4	Saya tertarik dengan promosi Bank Muamalat karena kejelasan pesan yang disampaikan dan mudah dimengerti				
5	Program promosi dari Bank Muamalat membuat saya mengenal lebih banyak tentang				

	produk yang ditawarkan				
6	Pihak Bank Muamalat melakukan promosi melalui pendekatan personal atau individual				
7	Informasi yang dilakukan Bank Muamalat di media massa dan elektronik sudah jelas				

C. Faktor Produk

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya merasa produk yang ditawarkan Bank Muamalat sangat beragam dan bervariasi				
2	Saya percaya dengan produk yang ditawarkan Bank Muamalat				
3	Produk Bank Muamalat sesuai dengan kebutuhan saya				
4	Saya merasa kinerja pegawai Bank Muamalat cepat dan tepat				
5	Saya merasa kualitas produk Bank Muamalat baik dan mempunyai manfaat				
6	Saya merasa puas setelah menggunakan produk Bank Muamalat				
7	Saya menggunakan produk Bank Muamalat atas rekomendasi dari orang lain				

D. Faktor Lokasi

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya merasa lokasi Bank Muamalat mudah dijangkau dengan baik				
2	Saya merasa lokasi Bank Muamalat sudah berada di pusat kota				
3	Tempat parkir yang luas dan aman membuat saya merasa tenang saat berada di Bank Muamalat				
4	Saya merasa penataan kursi di Bank Muamalat sudah rapi				

E. Faktor Keluarga

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya menggunakan jasa Bank Muamalat karena inisiatif oleh diri sendiri				
2	Keluarga saya merekomendasikan saya menggunakan jasa Bank Muamalat				
3	Saya menggunakan jasa Bank Muamalat atas keputusan keluarga				
4	Saya menggunakan jasa Bank Muamalat atas dukungan keluarga				

LAMPIRAN 2

DATA TABULASI

1. Promosi (X_1)

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL
1	3	4	4	3	4	3	4	25
2	3	4	3	2	3	2	3	20
3	2	3	3	3	3	3	3	20
4	3	3	3	3	3	3	3	21
5	4	3	4	4	4	4	4	27
6	3	4	3	3	3	3	4	23
7	3	3	3	3	3	4	4	23
8	3	3	3	3	3	3	3	21
9	2	2	2	2	3	3	2	16
10	3	3	3	3	3	3	3	21
11	3	2	3	3	3	3	3	20
12	3	3	3	3	4	4	3	23
13	3	4	3	3	3	3	4	23
14	3	4	3	3	3	3	4	23
15	2	2	3	3	3	3	3	19

16	3	4	4	3	3	3	2	22
17	3	4	3	3	3	3	3	22
18	3	3	3	3	4	4	3	23
19	2	2	2	3	3	3	3	18
20	3	3	3	3	3	3	3	21
21	3	3	3	3	3	4	3	22
22	4	3	4	4	4	4	4	27
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	3	3	2	3	4	2	3	20
25	4	4	4	4	4	3	3	26
26	4	3	3	4	4	4	4	26
27	1	2	3	1	2	3	1	13
28	4	4	4	4	4	4	3	27
29	4	4	4	3	3	4	3	25
30	3	3	4	3	3	3	3	22
31	3	4	3	3	3	3	3	22
32	3	3	3	3	3	2	3	20
33	3	3	3	3	3	3	4	22
34	3	3	3	3	3	3	3	21
35	2	4	1	1	1	1	1	11
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	3	4	3	4	4	4	26
38	3	3	3	3	3	3	2	20
39	3	4	4	3	2	3	3	22
40	3	3	4	4	3	3	3	23
41	4	3	4	4	4	3	3	25
42	3	3	4	4	4	3	3	24
43	3	3	4	3	2	2	3	20
44	3	3	3	4	3	3	3	22
45	3	3	3	3	3	2	2	19
46	2	3	4	2	2	3	1	17
47	2	3	4	2	2	3	1	17
48	1	1	4	1	1	1	1	10
49	3	2	3	3	3	2	1	17
50	3	3	3	4	3	3	2	21
51	3	3	3	3	3	3	3	21

52	2	3	3	3	3	2	3	19
53	3	3	3	3	3	3	3	21
54	2	2	3	2	3	2	2	16
55	2	2	3	4	3	3	4	21
56	4	3	4	3	3	3	3	23
57	3	3	3	3	3	3	3	21
58	3	3	3	3	3	3	3	21
59	3	3	3	3	3	3	3	21
60	3	3	3	3	3	3	3	21
61	3	4	3	3	3	2	3	21
62	3	2	3	3	3	3	3	20
63	3	3	4	3	3	3	2	21
64	3	3	3	3	3	3	3	21
65	3	3	3	3	3	3	3	21
66	3	2	3	2	4	2	3	19
67	3	4	4	3	3	3	2	22
68	3	3	3	3	2	2	3	19
69	3	3	3	3	3	3	3	21
70	2	1	1	3	1	1	2	11
71	2	4	4	3	2	2	3	20
72	3	3	3	3	3	3	3	21
73	3	3	3	4	3	2	3	21
74	3	3	3	3	3	3	3	21
75	3	4	3	3	3	3	2	21
76	2	3	3	3	3	2	3	19
77	2	3	3	3	3	2	3	19
78	3	3	3	4	3	2	3	21
79	2	3	3	3	3	2	3	19
80	2	3	3	3	3	2	3	19
81	3	2	2	4	3	1	3	18
82	2	2	2	3	4	3	3	19
83	2	3	3	3	3	3	3	20
84	2	3	3	2	4	3	3	20
85	3	2	3	3	3	4	4	22
86	3	2	3	3	4	3	3	21
87	1	3	2	3	3	3	4	19

88	3	3	3	3	3	3	3	21
89	3	4	4	4	3	4	3	25
90	3	3	3	4	4	3	3	23
91	3	3	4	4	4	3	4	25
92	3	3	3	3	3	4	4	23
93	3	3	2	3	3	4	3	21
94	3	2	2	3	3	3	3	19
95	3	3	3	3	4	3	4	23
96	3	3	3	3	3	3	3	21
97	3	3	2	3	3	4	3	21
98	3	3	3	3	4	4	4	24
99	3	3	3	3	3	3	3	21
100	3	3	4	3	4	3	3	23

2. Produk (X₂)

NO	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	PK7	TOTAL
1	3	3	4	4	4	4	3	25
2	3	3	3	2	3	3	2	19
3	3	4	3	3	3	3	2	21
4	3	3	3	3	3	3	3	21
5	4	4	3	4	4	4	1	24
6	3	3	4	3	4	3	2	22
7	4	3	3	4	3	3	4	24
8	3	3	3	3	3	3	3	21
9	1	1	1	1	1	1	1	7
10	3	3	3	3	3	3	3	21
11	2	3	3	3	3	3	4	21
12	4	4	3	3	3	4	4	25
13	3	3	3	3	4	4	3	23
14	3	3	3	4	3	3	2	21
15	4	3	3	4	3	4	2	23
16	3	3	3	3	3	3	3	21
17	3	3	3	3	3	3	3	21
18	3	4	3	3	4	3	3	23
19	3	3	3	3	3	3	3	21

20	3	3	3	3	3	3	3	21
21	4	4	4	3	4	4	3	26
22	4	4	4	3	4	3	3	25
23	3	3	3	3	4	4	3	23
24	4	3	4	4	3	4	3	25
25	4	4	4	3	3	3	3	24
26	3	4	3	3	3	4	4	24
27	4	3	4	2	4	3	3	23
28	3	4	3	3	4	4	1	22
29	4	3	3	3	3	3	3	22
30	3	3	3	3	3	3	3	21
31	3	3	3	3	3	3	4	22
32	3	3	3	4	3	3	3	22
33	3	3	3	3	3	3	2	20
34	3	3	3	3	3	3	3	21
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	3	3	4	3	4	3	4	24
38	2	2	2	2	3	3	2	16
39	3	3	3	3	4	3	3	22
40	3	3	3	3	4	3	3	22
41	4	3	4	3	4	3	2	23
42	4	4	3	3	4	3	2	23
43	3	3	2	3	3	3	3	20
44	2	3	3	2	3	3	2	18
45	3	3	3	3	3	3	3	21
46	2	3	3	2	3	3	2	18
47	2	3	3	2	3	3	2	18
48	1	1	4	1	1	1	4	13
49	3	3	2	3	3	3	3	20
50	3	3	3	3	3	3	3	21
51	4	3	3	3	3	3	2	21
52	3	3	2	3	3	3	2	19
53	3	3	3	4	3	3	3	22
54	2	3	3	3	3	2	3	19
55	3	4	3	4	4	4	3	25

56	3	3	3	3	3	3	3	21
57	3	3	3	3	3	3	3	21
58	3	3	2	2	3	3	3	19
59	3	3	3	3	4	3	4	23
60	3	3	3	3	3	3	3	21
61	3	2	2	2	2	2	3	16
62	3	3	3	3	3	3	3	21
63	3	3	3	2	3	3	3	20
64	3	3	3	3	3	3	3	21
65	3	3	3	3	3	3	3	21
66	3	2	3	3	3	2	2	18
67	3	3	3	3	3	3	3	21
68	2	3	2	2	3	2	2	16
69	3	3	3	3	3	3	3	21
70	3	3	3	3	3	3	3	21
71	3	3	3	3	3	3	3	21
72	3	3	3	3	3	3	3	21
73	3	4	2	4	4	3	4	24
74	3	3	3	3	3	3	3	21
75	3	3	2	3	3	3	2	19
76	3	3	3	3	3	3	4	22
77	3	3	3	3	3	3	4	22
78	3	3	3	3	4	4	2	22
79	3	3	3	3	3	3	4	22
80	3	3	3	3	3	3	4	22
81	3	4	2	3	2	2	3	19
82	3	3	3	4	4	4	2	23
83	3	3	2	4	4	3	3	22
84	4	4	2	3	1	4	3	21
85	2	4	3	3	2	3	2	19
86	3	3	3	2	3	2	2	18
87	2	3	3	3	2	3	1	17
88	3	3	3	3	3	3	3	21
89	3	3	3	4	4	3	3	23
90	4	3	4	3	4	3	4	25
91	3	4	3	4	4	3	4	25

92	3	3	3	3	3	3	3	21
93	3	3	3	2	2	3	2	18
94	2	3	3	2	3	3	3	19
95	3	3	3	3	4	4	3	23
96	3	3	3	3	3	3	3	21
97	3	4	4	2	3	3	2	21
98	3	2	2	3	3	3	2	18
99	3	3	3	3	3	3	3	21
100	3	3	2	3	4	3	3	21

3. Lokasi (X_3)

NO	L1	L2	L3	L4	TOTAL
1	3	4	4	4	15
2	3	4	3	3	13
3	2	3	3	3	11
4	4	4	3	3	14
5	4	4	4	4	16
6	3	3	3	3	12
7	4	4	3	3	14
8	3	3	3	3	12
9	1	3	3	3	10
10	2	3	3	3	11
11	3	3	3	3	12
12	4	4	3	2	13
13	4	3	3	4	14
14	3	3	2	3	11
15	2	3	4	4	13
16	2	3	3	3	11
17	4	3	2	3	12
18	2	3	3	3	11
19	2	3	3	3	11
20	3	3	3	3	12
21	3	4	4	4	15
22	4	4	3	4	15
23	2	2	3	2	9

NO	L1	L2	L3	L4	TOTAL
51	4	2	3	4	13
52	3	3	3	2	11
53	3	2	3	3	11
54	2	3	2	2	9
55	3	3	3	3	12
56	3	3	2	3	11
57	3	3	3	3	12
58	2	2	2	2	8
59	3	3	3	3	12
60	3	3	3	3	12
61	3	3	3	3	12
62	3	3	3	3	12
63	3	3	3	3	12
64	1	3	3	3	10
65	2	3	3	3	11
66	2	3	3	4	12
67	3	3	3	3	12
68	2	3	2	3	10
69	3	3	3	3	12
70	3	3	3	3	12
71	2	3	3	3	11
72	3	3	3	3	12
73	2	3	2	3	10

24	2	3	2	4	11
25	3	4	3	3	13
26	4	3	4	4	15
27	3	3	3	3	12
28	2	3	3	4	12
29	3	3	2	3	11
30	3	3	3	3	12
31	4	4	4	3	15
32	3	3	3	3	12
33	3	3	3	3	12
34	2	2	3	3	10
35	1	1	2	1	5
36	4	4	4	4	16
37	4	3	3	4	14
38	2	3	3	3	11
39	3	4	4	3	14
40	3	3	4	4	14
41	4	3	3	4	14
42	3	4	3	3	13
43	2	3	3	3	11
44	3	3	3	3	12
45	3	3	3	3	12
46	3	1	2	3	9
47	3	1	2	3	9
48	1	1	4	1	7
49	2	2	3	3	10
50	2	3	1	3	9

74	3	3	3	3	12
75	2	3	3	2	10
76	3	4	3	3	13
77	3	4	3	3	13
78	2	2	2	3	9
79	3	4	3	3	13
80	3	4	3	3	13
81	3	4	3	3	13
82	4	4	3	3	14
83	3	3	4	3	13
84	2	2	2	3	9
85	2	3	2	2	9
86	3	2	2	2	9
87	4	3	2	2	11
88	3	3	3	3	12
89	2	4	3	3	12
90	3	4	4	3	14
91	3	3	3	4	13
92	3	3	3	4	13
93	2	3	3	3	11
94	3	3	3	2	11
95	2	3	2	3	10
96	3	3	3	3	12
97	2	4	3	3	12
98	3	3	3	2	11
99	3	3	3	3	12
100	4	3	2	3	12

4. Keluarga (X_4)

NO	KL1	KL2	KL3	KL4	TOTAL
1	3	2	2	2	9
2	3	2	2	2	9
3	3	3	3	3	12
4	2	2	2	3	9
5	4	2	2	3	11

NO	KL1	KL2	KL3	KL4	TOTAL
51	2	3	3	3	11
52	2	2	2	2	8
53	3	3	3	4	13
54	2	2	2	2	8
55	2	3	3	3	11

6	4	2	2	3	11
7	3	3	2	2	10
8	3	3	3	3	12
9	1	1	1	1	4
10	3	3	2	2	10
11	4	2	2	1	9
12	3	2	2	2	9
13	4	2	2	2	10
14	3	2	2	2	9
15	4	2	2	2	10
16	2	2	2	2	8
17	2	4	3	3	12
18	3	2	3	3	11
19	1	1	1	1	4
20	3	3	3	3	12
21	2	2	2	2	8
22	3	3	4	4	14
23	3	2	2	2	9
24	3	3	4	4	14
25	3	3	3	3	12
26	4	2	2	2	10
27	4	2	3	3	12
28	4	3	1	4	12
29	4	3	3	3	13
30	3	2	2	3	10
31	3	3	3	3	12
32	2	2	2	3	9
33	3	2	2	2	9
34	3	2	2	2	9
35	1	1	1	1	4
36	4	4	4	4	16
37	3	3	4	3	13
38	3	2	2	2	9
39	2	3	3	3	11
40	4	4	3	3	14
41	3	3	3	3	12

56	3	3	3	3	12
57	3	4	3	3	13
58	3	3	3	3	12
59	3	3	2	3	11
60	3	3	3	3	12
61	3	2	2	2	9
62	3	3	3	3	12
63	3	3	3	3	12
64	3	3	3	3	12
65	2	2	2	2	8
66	3	2	1	3	9
67	3	3	3	3	12
68	3	2	2	3	10
69	3	3	3	3	12
70	2	3	3	3	11
71	1	4	4	4	13
72	2	3	3	3	11
73	2	4	4	4	14
74	3	3	3	3	12
75	2	2	2	2	8
76	2	2	2	2	8
77	2	2	2	2	8
78	2	3	3	3	11
79	2	2	2	2	8
80	2	2	2	2	8
81	1	2	3	2	8
82	3	3	2	2	10
83	4	2	2	3	11
84	3	2	3	4	12
85	4	4	2	3	13
86	3	3	2	2	10
87	3	1	1	2	7
88	3	3	3	3	12
89	3	3	4	3	13
90	3	3	3	3	12
91	4	4	3	3	14

42	3	2	2	3	10	92	3	3	3	3	12
43	2	2	2	2	8	93	3	2	2	2	9
44	3	3	3	3	12	94	3	2	2	2	9
45	3	2	2	2	9	95	3	3	3	3	12
46	2	2	2	1	7	96	3	3	3	3	12
47	2	2	2	1	7	97	4	3	2	2	11
48	1	1	1	1	4	98	3	3	3	3	12
49	3	2	2	2	9	99	3	3	3	3	12
50	2	2	2	2	8	100	3	3	3	4	13

5. Keputusan (Y)

NO	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	TOTAL
1	3	3	4	4	4	4	4	26
2	3	4	3	4	3	3	2	22
3	3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	3	3	3	3	3	3	21
5	4	4	4	4	4	4	3	27
6	4	4	3	3	3	3	3	23
7	3	3	3	3	3	4	4	23
8	3	3	3	3	3	3	3	21
9	1	1	1	1	1	1	1	7
10	3	3	3	3	3	3	3	21
11	3	3	3	3	3	2	2	19
12	4	4	4	4	3	4	4	27
13	3	4	3	4	3	3	3	23
14	3	3	3	3	3	3	3	21
15	4	3	3	3	3	3	3	22
16	3	3	3	3	3	3	3	21
17	3	3	3	3	2	3	3	20
18	3	3	4	3	4	3	4	24
19	2	3	2	3	2	2	2	16
20	3	3	3	3	3	3	3	21
21	4	4	4	3	3	3	3	24
22	4	4	4	4	3	4	4	27
23	3	3	3	3	3	3	3	21
24	3	4	3	4	3	3	4	24
25	4	3	4	3	3	4	4	25

26	3	3	4	3	3	3	4	23
27	4	4	4	3	3	4	4	26
28	3	3	4	4	3	4	3	24
29	3	4	3	3	3	3	4	23
30	3	3	3	3	3	3	3	21
31	4	4	3	3	3	3	3	23
32	3	3	3	3	3	3	3	21
33	4	3	3	3	3	3	3	22
34	3	3	3	3	3	3	3	21
35	1	1	1	1	1	1	1	7
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	3	3	3	3	3	3	3	21
39	3	4	3	3	4	3	3	23
40	4	4	3	4	4	4	3	26
41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	4	4	4	4	2	3	3	24
43	3	3	3	3	3	2	2	19
44	3	3	3	3	3	3	3	21
45	3	3	3	3	3	3	2	20
46	3	2	2	2	2	2	1	14
47	3	2	2	2	2	2	1	14
48	1	1	1	1	1	1	1	7
49	4	3	3	3	2	3	2	20
50	3	3	3	3	3	3	3	21
51	4	3	3	3	3	3	3	22
52	3	4	3	3	4	3	3	23
53	3	3	3	3	3	3	3	21
54	3	3	3	2	2	2	2	17
55	3	3	4	3	3	4	4	24
56	3	3	3	3	3	3	3	21
57	3	3	3	3	3	3	4	22
58	3	3	3	3	3	3	3	21
59	3	3	3	3	3	3	3	21
60	3	3	3	3	3	3	3	21
61	3	3	2	3	2	3	3	19
62	3	3	3	3	2	3	3	20
63	3	3	3	3	3	3	3	21

64	3	3	3	3	3	3	3	21
65	3	3	3	3	3	3	3	21
66	4	3	3	2	2	2	3	19
67	3	3	3	3	3	3	3	21
68	2	2	3	3	3	3	3	19
69	3	3	3	3	3	3	3	21
70	3	4	3	3	3	3	3	22
71	3	3	3	2	2	2	2	17
72	3	3	3	3	3	3	3	21
73	3	2	3	3	3	2	2	18
74	3	3	3	3	3	3	3	21
75	3	3	3	3	2	3	3	20
76	2	3	3	3	3	3	3	20
77	2	3	3	3	3	3	3	20
78	3	3	4	3	3	3	3	22
79	2	3	3	3	3	3	3	20
80	2	3	3	3	3	3	3	20
81	3	2	3	2	3	3	3	19
82	3	3	3	3	3	2	2	19
83	3	3	4	3	3	2	3	21
84	3	3	3	3	3	2	2	19
85	1	1	3	2	3	4	3	17
86	3	3	4	3	3	2	3	21
87	3	4	3	2	3	4	2	21
88	3	3	3	3	3	3	3	21
89	3	3	4	3	3	2	3	21
90	3	3	3	3	3	3	3	21
91	3	4	4	3	3	4	3	24
92	3	3	3	3	2	3	2	19
93	3	3	3	3	2	2	2	18
94	2	3	2	3	3	2	3	18
95	4	4	3	2	3	3	2	21
96	3	3	3	3	3	3	3	21
97	3	4	3	3	4	3	3	23
98	3	3	3	2	2	3	3	19
99	3	3	3	3	3	3	3	21
100	4	3	3	2	3	3	3	21

6. Jenis Kelamin, Lama Menjadi Nasabah, Usia, Pekerjaan

NO	Jenis Kelamin	Lama Menjadi Nasabah	Usia	Pekerjaan
1	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
2	L	2-3 Tahun	31-40 Tahun	Wiraswasta
3	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
4	P	4-5 Tahun	31-40 Tahun	Wiraswasta
5	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
6	L	2-3 Tahun	31-40 Tahun	Wiraswasta
7	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
8	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
9	P	<6 Bulan	21-30 Tahun	Mahasiswa
10	L	6 Bulan-1 Tahun	21-30 Tahun	Mahasiswa
11	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta
12	P	2-3 Tahun	31-40 Tahun	PNS
13	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
14	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
15	P	6 Bulan-1 Tahun	21-30 Tahun	Mahasiswa
16	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
17	P	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta
18	P	<6 Bulan	21-30 Tahun	Mahasiswa
19	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
20	L	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
21	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
22	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
23	P	2-3 Tahun	31-40 Tahun	Wiraswasta
24	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
25	P	6 Bulan-1 Tahun	21-30 Tahun	Mahasiswa
26	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
27	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
28	L	6-7 Tahun	31-40 Tahun	Wiraswasta
29	L	<6 Bulan	21-30 Tahun	Mahasiswa
30	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
31	P	4-5 Tahun	21-30 Tahun	Pegawai Swasta
32	P	2-3 Tahun	31-40 Tahun	Wiraswasta
33	P	2-3 Tahun	31-40 Tahun	Wiraswasta

34	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
35	L	2-3 Tahun	31-40 Tahun	Pegawai Swasta
36	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Pegawai Swasta
37	P	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta
38	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
39	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
40	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
41	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
42	P	4-5 Tahun	31-40 Tahun	PNS
43	L	<6 Bulan	21-30 Tahun	Mahasiswa
44	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Pegawai Swasta
45	P	4-5 Tahun	31-40 Tahun	Wiraswasta
46	L	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
47	L	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
48	L	4-5 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta
49	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta
50	L	2-3 Tahun	<20 Tahun	Wiraswasta
51	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
52	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
53	P	6 Bulan-1 Tahun	21-30 Tahun	Mahasiswa
54	L	<6 Bulan	21-30 Tahun	Mahasiswa
55	P	6 Bulan-1 Tahun	21-30 Tahun	Mahasiswa
56	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
57	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta
58	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
59	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
60	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
61	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
62	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
63	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
64	L	2-3 Tahun	31-40 Tahun	PNS
65	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta
66	P	2-3 Tahun	21-30 Tahun	PNS
67	P	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Pegawai Swasta
68	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
69	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa

70	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
71	L	2-3 Tahun	31-40 Tahun	Wiraswasta
72	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
73	L	4-5 Tahun	21-30 Tahun	Pegawai Swasta
74	L	4-5 Tahun	31-40 Tahun	PNS
75	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
76	P	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta
77	P	2-3 Tahun	31-40 Tahun	Wiraswasta
78	P	2-3 Tahun	21-30 Tahun	PNS
79	P	4-5 Tahun	21-30 Tahun	Pegawai Swasta
80	P	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Pegawai Swasta
81	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
82	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	PNS
83	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Pegawai Swasta
84	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
85	L	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
86	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
87	L	<6 Bulan	21-30 Tahun	Mahasiswa
88	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	PNS
89	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
90	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta
91	L	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
92	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
93	L	6 Bulan-1 Tahun	21-30 Tahun	Pegawai Swasta
94	P	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta
95	L	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
96	P	6 Bulan-1 Tahun	<20 Tahun	Mahasiswa
97	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	PNS
98	P	<6 Bulan	<20 Tahun	Mahasiswa
99	L	<6 Bulan	21-30 Tahun	Mahasiswa
100	L	2-3 Tahun	21-30 Tahun	Wiraswasta

LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI PENYEBARAN KUESIONER

Peneliti sedang menyebarkan kuesioner di ATM KK UGM

Peneliti sedang menyebarkan kuesioner di ATM Condong Catur

LAMPIRAN 4

HASIL OLAHAN DATA SPSS 20

A. HASIL PROFIL RESPONDEN

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	48	48.0	48.0	48.0
	21 - 30 tahun	37	37.0	37.0	85.0
	31 - 40 tahun	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

LAMA_MENJADI_NASABAH					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 6 bulan	29	29.0	29.0	29.0
	6 bulan - 1 tahun	31	31.0	31.0	60.0
	2 - 3 tahun	31	31.0	31.0	91.0
	4 - 5 tahun	8	8.0	8.0	99.0
	6 - 7 tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

3. Karakteristik Responden Berdasarkan

PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Mahasiswa	59	59.0	59.0	59.0
Wiraswasta	22	22.0	22.0	81.0
Valid PNS	9	9.0	9.0	90.0
Pegawai swasta	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS_KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
perempuan	52	52.0	52.0	52.0
Valid laki-laki	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

B. HASIL UJI VALIDITAS

1. Promosi (X_1)

		Correlations							
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	PROMOSI
P1	Pearson Correlation	1	.413**	.389**	.588**	.528**	.482**	.425**	.794**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.413**	1	.377**	.222*	.164	.257**	.231*	.555**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.013	.051	.005	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.389**	.377**	1	.259**	.236**	.305**	.094	.549**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.005	.009	.001	.176	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.588**	.222*	.259**	1	.519**	.329**	.542**	.716**
	Sig. (1-tailed)	.000	.013	.005		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.528**	.164	.236**	.519**	1	.519**	.565**	.740**
	Sig. (1-tailed)	.000	.051	.009	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	.482**	.257**	.305**	.329**	.519**	1	.456**	.713**
	Sig. (1-tailed)	.000	.005	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	.425**	.231*	.094	.542**	.565**	.456**	1	.706**
	Sig. (1-tailed)	.000	.010	.176	.000	.000	.000		.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.794**	.555**	.549**	.716**	.740**	.713**	.706**	1
PROMOSI	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

2. Produk (X₂)

		Correlations							
		PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	PK7	PRODUK
PK1	Pearson Correlation	1	.517**	.361**	.524**	.430**	.545**	.193*	.754**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.027	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PK2	Pearson Correlation	.517**	1	.266**	.453**	.399**	.572**	.115	.689**
	Sig. (1-tailed)	.000		.004	.000	.000	.000	.127	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PK3	Pearson Correlation	.361**	.266**	1	.171*	.364**	.293**	.232*	.568**
	Sig. (1-tailed)	.000	.004		.044	.000	.002	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PK4	Pearson Correlation	.524**	.453**	.171*	1	.484**	.562**	.235**	.734**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.044		.000	.000	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PK5	Pearson Correlation	.430**	.399**	.364**	.484**	1	.525**	.136	.715**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.088	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PK6	Pearson Correlation	.545**	.572**	.293**	.562**	.525**	1	.075	.743**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000		.230	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PK7	Pearson Correlation	.193*	.115	.232*	.235**	.136	.075	1	.469**
	Sig. (1-tailed)	.027	.127	.010	.009	.088	.230		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PRODUK	Pearson Correlation	.754**	.689**	.568**	.734**	.715**	.743**	.469**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

3. Lokasi (X_3)

		Correlations				
		L1	L2	L3	L4	LOKASI
L1	Pearson Correlation	1	.390**	.207*	.342**	.725**
	Sig. (1-tailed)		.000	.019	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
L2	Pearson Correlation	.390**	1	.386**	.339**	.759**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
L3	Pearson Correlation	.207*	.386**	1	.319**	.645**
	Sig. (1-tailed)	.019	.000		.001	.000

L4	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.342**	.339**	.319**	1	.688**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.001		.000
LOKASI	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.725**	.759**	.645**	.688**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

4. Keluarga (X_4)

		Correlations				
		KL1	KL2	KL3	KL4	KELUARGA
KL1	Pearson Correlation	1	.299**	.141	.325**	.574**
	Sig. (1-tailed)		.001	.080	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KL2	Pearson Correlation	.299**	1	.745**	.686**	.866**
	Sig. (1-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KL3	Pearson Correlation	.141	.745**	1	.713**	.824**
	Sig. (1-tailed)	.080	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KL4	Pearson Correlation	.325**	.686**	.713**	1	.869**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000

	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.574**	.866**	.824**	.869**	1
KELUARGA	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

5. Keputusan (Y)

		Correlations							
		KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KEPUTUSAN
KN1	Pearson Correlation	1	.688**	.599**	.491**	.398**	.470**	.404**	.722**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KN2	Pearson Correlation	.688**	1	.586**	.672**	.563**	.545**	.501**	.811**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KN3	Pearson Correlation	.599**	.586**	1	.649**	.611**	.643**	.686**	.846**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KN4	Pearson Correlation	.491**	.672**	.649**	1	.630**	.601**	.611**	.823**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KN5	Pearson Correlation	.398**	.563**	.611**	.630**	1	.616**	.618**	.784**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

KN6	Pearson Correlation	.470**	.545**	.643**	.601**	.616**	1	.722**	.821**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KN7	Pearson Correlation	.404**	.501**	.686**	.611**	.618**	.722**	1	.814**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KEPUTUSAN	Pearson Correlation	.722**	.811**	.846**	.823**	.784**	.821**	.814**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

C. HASIL UJI RELIABILITAS

1. Promosi (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	8

2. Produk (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	8

3. Lokasi (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	5

4. Keluarga (X_4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	5

5. Keputusan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	8

D. HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

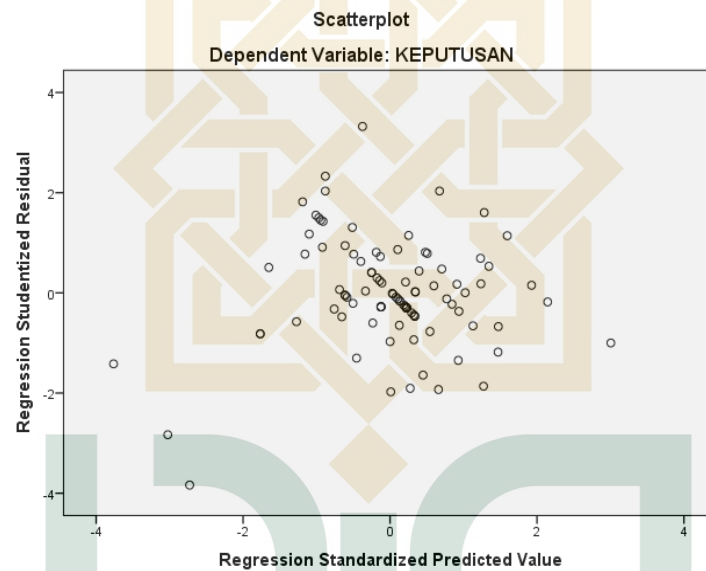
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7

	Std. Deviation	2.00349843
	Absolute	.096
Most Extreme Differences	Positive	.086
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		.956
Asymp. Sig. (2-tailed)		.320

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Heteroskedastisitas



Correlations

			Unstandardized Residual	PROMOSI	PRODUK	LOKASI	KELUARGA
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	-.003	-.045	-.123	-.163
		Sig. (2-tailed)	.	.978	.654	.224	.106
		N	100	100	100	100	100
	PROMOSI	Correlation Coefficient	-.003	1.000	.472**	.381**	.514**
		Sig. (2-tailed)	.978	.	.000	.000	.000
		N	100	100	100	100	100
	PRODUK	Correlation Coefficient	-.045	.472**	1.000	.528**	.325**
		Sig. (2-tailed)	.654	.000	.	.000	.001
		N	100	100	100	100	100

	N	100	100	100	100	100
LOKASI	Correlation Coefficient	-.123	.381**	.528**	1.000	.202*
	Sig. (2-tailed)	.224	.000	.000	.	.044
	N	100	100	100	100	100
KELUARGA	Correlation Coefficient	-.163	.514**	.325**	.202*	1.000
	Sig. (2-tailed)	.106	.000	.001	.044	.
	N	100	100	100	100	100

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

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

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3.390	1.794		-1.890	.062		
PROMOSI	.295	.086	.260	3.437	.001	.569	1.758
PRODUK	.282	.085	.221	3.300	.001	.722	1.385
LOKASI	.711	.133	.367	5.337	.000	.686	1.458
KELUARGA	.362	.110	.233	3.296	.001	.652	1.533

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

E. REGRESI LINIER BERGANDA

1. Analisis Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3.390	1.794		-1.890	.062		
PROMOSI	.295	.086	.260	3.437	.001	.569	1.758
PRODUK	.282	.085	.221	3.300	.001	.722	1.385
LOKASI	.711	.133	.367	5.337	.000	.686	1.458
KELUARGA	.362	.110	.233	3.296	.001	.652	1.533

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

2. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	889.123	4	222.281	53.139	.000 ^b
Residual	397.387	95	4.183		
Total	1286.510	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

b. Predictors: (Constant), KELUARGA, LOKASI, PRODUK, PROMOSI

3. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.691	.678	2.045

a. Predictors: (Constant), KELUARGA, LOKASI, PRODUK, PROMOSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

4. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3.390	1.794		-1.890	.062		
PROMOSI	.295	.086	.260	3.437	.001	.569	1.758
PRODUK	.282	.085	.221	3.300	.001	.722	1.385
LOKASI	.711	.133	.367	5.337	.000	.686	1.458
KELUARGA	.362	.110	.233	3.296	.001	.652	1.533

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP (Curriculum Vitae)



DATA PRIBADI

Nama : Khanif Aslam
Tempat, Tanggal Lahir : Wonosobo, 16 Oktober 1996
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Tinggi/Berat Badan : 170cm/ 54kg
Alamat : Reco RT 03 RW 08, Kertek, Wonosobo
Kewarganegaraan : Indonesia
Telepon : 0821 3311 6953
E-mail : aslam161096@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

2003 - 2009 : SD Negeri 02 Reco
2009 - 2012 : MTS ASSALAM Temanggung
2012 - 2015 : MA ASSALAM Temanggung
2015 - Sekarang : S1 Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

PENGALAMAN ORGANISASI

2013 - 2014 : Bendahara OPPMA MA ASSALAM Temanggung
2016 - 2017 : Anggota HMI Komisariat FEBI UIN Sunan Kalijaga
2016 - 2018 : Pengurus HMI Komisariat FEBI UIN Sunan Kalijaga

HOBBI

- **Futsal**
- **Traveling**

Demikian surat daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya sebagai bahan referensi dan pertimbangan Bapak/Ibu. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.