ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI NASABAH, CITRA PERUSAHAAN DAN ATRIBUT PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada BPD DIY Syariah)

SKRIPSI

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

OLEH:
FITRI SULISTIA ABIDIN
10391011

PEMBIMBING:
Dr. H. SYAFIQ M. HANAFI.M.Ag

19670518 199703 1 003

PRODI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2014

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul: " Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuaasan Nasabah (Studi Kasus Pada BPD Syariah Cabang Yogyakarta)". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, dan atribut produk islam terhadap kepuasan nasabah. penelitian ini dilakukan di BPD Syariah Yogyakarta. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah di BPD Syariah dengan subjek penelitian sebanyak 100 nasabah. Penelitian ini merupakan studi korelasional dengan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling.* Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan bantuan komputer program *SPSS 16.0 for Windows*. Validitas data digunakan untuk mengetahui sah atau validnya penelitian ini dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel}. Sedangkan reliabilitas menggunakan rumus *Croncbach's Alpha*. Analisis data menggunakan regresi berganda dengan tingkat keyakinan $\alpha = 5$ persen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang terlihat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,378 yang berarti bahwa kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, dan atribut produk islam sebesar 37,8% sedangkan sisanya 62,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Berdasarkan uji F secara simultan variabel kualitas layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, dan atribut produk islam berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, nilai nasabah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasa nasabah, dan atribut produk islam tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, kualitas layanan dan citra perusahaan mempunyai andil besar dalam menciptakan kepuasan nasabah.

Kata Kunci: kualitas layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, atribut produk islam, kepuasan

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Fitri Sulistia Abidin

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamuialaikumwr.wb.
Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Fitri Sulistia Abidin
NIM : 10391011
Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BPD DIY Syariah)**

Sudah dapat diajukan kepada Jurusan Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.
Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 14 Dzulhijjah 1435 H
08 Oktober 2014 M

Pembimbing

Dr. H. Syafiq M. Hanafi.M.Ag
19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Fitri Sulistia Abidin
NIM	: 10391011
Jurusan	: Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BPD DIY Syariah)"** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 14 Dzulhijjah 1435 H
08 Oktober 2014 M

Penyusun,

Fitri Sulistia Abidin

NIM. 10391011

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

Skripsi/tugas akhir dengan judul :

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BPD DIY Syariah).

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama	: Fitri Sulistia Abidin
NIM	: 10391011
Telah dimunaqasyahkan pada	: Senin, 20 Oktober 2014
Nilai	: A/B

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

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

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

Penguji I

Sunarsih., SE. M.Si
NIP. 19740911 199903 2 001

Penguji II

Dian Nuriyah Solissa., SHI. M.Si
NIP. 19840216 200912 2 004

Yogyakarta, 29 Oktober 2014
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Syari'ah dan Hukum

DEKAN

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

HALAMAN PERSEMBAHAN

Semoga Skripsi ini diberkahi

Allah swt. Dan Muhammad Rasul Allah

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Kedua Orang Tuaku, Ayahanda H. Abidin S.H dan Ibunda Tuti Herlina
Kakak dan Adik-adikku Arif Herdianto S. Sy, Shanie Sukamwati S.E, Erina Herlin Abidin
Sahabat dan teman-teman

Almamaterku Tercinta Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta

MOTTO

Sebaik-baik orang adalah orang yang bisa bermanfaat bagi orang lain

Jangan Pernah Takut Mencoba Karena Dari Mencoba Kita Akan Tahu Dan Mengerti

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT penyusun panjatkan kehadirat-Nya yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan nabi Muhammad SAW, keluarga beserta sahabat-sahabatnya yang telah memberikan pencerahan di muka bumi ini.

Pada kesempatan ini penyusun dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dengan memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penelitian dan penyusunan sehingga karya ilmiah ini bisa terselesaikan dengan baik antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. H. Musa Asy'ari, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Bapak Prof.Noorhaidi,MA.,M.Phil.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. Bapak H.M.Yazid Affandi,M.Ag Selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga;
4. Bapak Dr. H. Syafiq M. Hanafi.M.Ag selaku pembimbing skripsi yang telah membagi ilmu, pengarahan dan bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini;

5. Ibu Widyarini selaku penasehat akademik, Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh Staf dan karyawan Prodi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga;
6. Keluarga tercinta, ayahanda H. Abidin S.H, ibunda Tuti Herlina, Mas Arief Herdianto S.Sy, Mbak Shanie Sukmawati S.E, adikku Erina Herlin Abidin dan semua keluargaku yang selalu memberi doa, motivasi, dorongan, penyemangat, dan dukungan bagi penyusun;
7. Keluarga besar KUI 2010, khususnya KUI F Mandiri 2010 Sahabat tercinta Nadia, Tami, Yati, Teman tersayang Nevi, Rina, Damai, Rila, Ria, Ayu, Wiwik, Rasyad, Rofi, Rosyid, Rahman, Fikri, Shohib, Ali, Dani, Risky, Rizal, Hafidz, Ikbal, Resa, Ilyas, Anjas, Imam, Iman yang selama beberapa tahun menjadi teman seperjuangan selama kuliah;
8. Abdul Aziz S.Pdi terimakasih untuk motivasi dan semangatnya, dan semua pihak yang tidak bisa penyusun sebutkan satu persatu.

Semoga karya ini bermanfaat dan menjadi barokah bagi semua yang berkaitan dengan skripsi ini. *Amin Ya Robbal 'Alamin.*

Yogyakarta,14 Dzulhijjah 1435 H
08 Oktober 2014 M

Fitri Sulistia Abidin
10391011

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba’	b	be
ت	Ta’	t	te
ث	sa’	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ha’	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha’	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	zal	ẑ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra’	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es

ش	Syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta’	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za’	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	w
هـ	ha’	h	ha
ء	hamzah	’	apostrof
ي	ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعدّدة	Ditulis	*Muta‘addidah*
عدّة	Ditulis	*‘iddah*

C. *Ta' marbutah*

Semua *ta' marbutah*ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	*Hikmah*
علّـة	ditulis	*'illah*
كرامةالأولياء	ditulis	*karamah al-auliya'*

D. Vokal *Pendek* dan Penerapannya

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

فعَل	Fathah	ditulis	*fa'ala*
ذُكر	Kasrah	ditulis	*zukira*
يَذهب	Dammah	ditulis	*yazhabu*

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	*A*
جاهلـيّة	ditulis	*jahiliyyah*
2. fathah + ya' mati	ditulis	*a*
تَـنسى	ditulis	*tansa*
3. Kasrah + ya' mati	ditulis	*i*
كريـم	ditulis	*karim*
4. D{ammah + wawu mati	ditulis	*u*
فروض	ditulis	*furud*

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	ditulis	*Ai*
بـينكم	ditulis	*bainakum*
2. fathah + wawu mati	ditulis	*au*
قول	ditulis	*qaul*

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

أأنـتم	Ditulis	*a'antum*
أعدّت	ditulis	*u'iddat*
لئنشكرتـم	ditulis	*la'in syakartum*

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

القرأن	ditulis	*al-Qur'an*
القياس	ditulis	*al-Qiyas*

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

السّماء	ditulis	*as-Sama'*
الشّمس	ditulis	*asy-Syams*

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوىالفروض	ditulis	*zawi al-furud*
أهل السّنّة	ditulis	*ahl as-sunnah*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL
ABSTRAK ii
HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PERNYATAAN iv
SURAT PENGESAHAN v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
HALAMAN MOTTO vii
KATA PENGANTAR viii
PEDOMAN TRANSLITERASI x
DAFTAR ISI xvi
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR GAMBAR xviii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 9
E. Sistematika Pembahasan 9
BAB II LANDASAN TEORI 12
A. Telaah Pustaka 12
B. Landasan Teori 15
C. Kerangka Pemikiran 42
D. Hipotesis 43
BAB III METODE PENELITIAN 51
A. Obyek Penelitian 51
B. Jenis dan Sifat Penelitian 51
C. Teknik Pengambilan Sampel 52
D. Jenis dan Sumber Data 53
E. Metode Pengumpulan Data 54
F. Pengukuran Variabel 55
G. Teknik Analisis Data 55
BAB IV ANALISIS DATA 62
A. Karakteristik Responden 62
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 62
2. Responden Berdasarkan Usia 63
3. Responden Berdasarkan Pekerjaan 64
4. Responden berdasarkan Lama Menabung 65
5. Responden Berdasarkan Jumlah yang Ditabung Dalam satu bulan. 65
6. Responden Berdasarkan Pendapatan 66
B. Analisis Data dan Pembahasan 66
1. Uji Validitas 66
2. Uji Reliabilitas 68
3. Uji Asumsi Klasik 68
a. Uji Normaliatas 68

b. Uji Multikolinieritas 70
c. Uji Heteroskedestitas 70
4. Analisis Regresi Linier Berganda 71
5. Uji F. 73
6. Koefisien Determinasi 73
7. Uji T 74
8. Pembahasan Hipotesis 77
BAB V PENUTUP 86
A. Kesimpulan 86
B. Saran 87
DAFTAR PUSTAKA 89
LAMPIRAN
CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 62

Tabel 4.2: Responden Berdasarkan Usia 63

Tabel 4.3: Responden Berdasarkan Pekerjaan 64

Tabel 4.4: Responden Berdasarkan Lama Menabung..... 65

Tabel 4.5: Responden Berdasarkan Jumlah yang Ditabung 1 Bulan 65

Tabel 4.6: Responden Berdasarkan Pendapatan 66

Tabel 4.7: Tabel Validitas 67

Tabel 4.8: Tabel Reliabilitas 68

Tabel 4.9: Tabel *Kolmogorov Smirnov* 69

Tabel 4.10: Tabel Multikolinieritas..... 70

Tabel 4.11: Tabel Analisis Linier Berganda 71

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran 43

Gambar 4.1: *Scatterplot* 71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era perdagangan bebas saat ini, perusahaan dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan tersebut. Pelaku bisnis wajib memperhatikan pengaruh dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini memegang peranan yang sangat penting dalam kesuksesan dari sebuah perusahaan untuk dapat bersaing. Kepuasan konsumen akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing berkelanjutan. Dari pihak konsumen, banyak keluhan dan hak-hak kosumen diabaikan menyangkut harga yang terlalu tinggi, pelayanan yang lambat dan tidak ramah, promosi yang merugikan, serta rendahnya kualitas produk dan jasa. Dengan adanya perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh konsumen ini, apabila tidak diantisipasi dengan baik oleh perusahaan maka akan menyebabkan konsumen akan mencari perusahaan lain yang bisa memenuhi harapan mereka. Dan hal ini tentu saja akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan yang ditinggalkan.

Dengan kondisi tersebut, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang lebih berorientasi pada konsumen. Strategi pemasaran tersebut membuat perusahaan harus memahami dan memenuhi baik perilaku maupun kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen sehingga konsumen akan terus menggunakan produk maupun jasa perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen sangat diperhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak pada kinerja penjualan.

Salah satu perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen adalah perusahaan perbankan. Perusahaan perbankan hadir guna memenuhi kebutuhan para nasabahnya. Mulai banyak bermunculan perusahaan-perusahaan perbankan untuk bersaing satu sama lain untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan. Nasabah akan semakin mempunyai banyak pilihan untuk memanfaatkan jasa-jasa perbankan yang ada. Apabila pelayanan suatu perbankan dirasa kurang memuaskan nasabah, maka secara tidak langsung nasabah akan berpaling dan berpindah pada lembaga perbankan yang lain. Dengan perkembangan perusahaan perbankan di Indonesia yang semakin pesat dan telah memiliki landasan hukum yang memadai maka mulai banyak muncul perbankan-perbankan yang berlandaskan syariah.

Bank berlandaskan syariah yang pertama di Indonesia adalah Bank Muamalah yang dresmikan pada tanggal 1 November 1991[1].

Bank Syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah islam, dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah, bank syariah hendaknya benar-benar dioperasionalkan sesuai dengan yang dikehendaki oleh syariah sehingga segala produk-produk yang ditawarkan dan dihasilkan dari Bank Syari'ah dapat membawa kesejahteraan masyarakat secara lahir dan batin. Tujuan utama dari pendirian perbankan yang berlandaskan syariah ini adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al Qur'an dan As Sunnah[2]. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam (UU No. 21/2008 tentang Perbankan Syariah)[3]. Perbankan syariah saat ini telah menjadi bagian penting dari perekonomian Indonesia, dilihat juga dari potensi populasi umat Islam yang besar, karakteristik konsumen yang religius, dan juga fatwa haram bunga bank dari MUI tahun 2003. Dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, maka pengembangan perbankan syariah telah memiliki landasan hukum yang memadai.

---

[1] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 25

[2] *Ibid.*, hlm. 18

[3] http://ajrc-aceh.org/wp-content/uploads/2009/01/sistem-perbankan-syariah1.pdf, diakses pada 12 Januari 2014

Sebagai usaha mempertahankan nasabah, bank harus bisa memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan bank dalam memberikan pelayanan terhadap nasabahnya. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah. Segala upaya akan dilakukan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan kepuasan bagi nasabah. Kualitas pelayanan termasuk faktor yang perlu diperhatikan untuk menciptakan rasa puas pada nasabah. Jika kinerja dan kulitas layanannya dibawah harapan, nasabah akan merasa tidak puas. Jika kinerja dan kualitas layanannya sama dengan harapan, nasabah akan merasa puas, jika kinerja dan kualitas layanannya melampaui harapan, maka nasabah akan sangat puas atau bahagia. Nasabah yang merasa puas, akan selalu memberikan komentar yang baik tentang perusahaan dan cenderung akan setia pada perusahaan juga akan memberikan informasi kepada orang lain akan keunggulan dari perusahaan perbankan itu. Dan kualitas layanan merupakan faktor yang dapat mendongkrak pangsa pasar dalam dunia perbankan sehingga menciptakan kepuasan bagi nasabahnya.

Untuk mengetahui kepuasan konsumen kita juga dapat melihat dari perilaku konsumen itu sendiri. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses

pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.[4]

Selanjutnya yang bisa mendongkrak pangsa pasar dalam dunia perbankan sehingga menimbulkan kepuasan kepada para nasabahnya adalah nilai bagi nasabah. Dalam menggunakan suatu produk atau jasa, konsumen akan membandingkan antara biaya atau usaha yang dikeluarkan dengan manfaat atau keuntungan yang telah diperoleh konsumen sehingga tercipta nilai pelanggan. Sebuah perbankan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi dimata nasabah apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungin kepada para nasabahnya. Layanan yang baik dalam sebuah perbankan akan memberikan kepuasan terhadap nasabah itu sendiri. Nilai bagi nasabah terhadap perbankan itu sendiri akan meningkatkan kepuasan yang nantinya bisa menjadi loyalnya seorang nasabah terhadap perbankan itu sendiri. Oleh karena itu, sebuah perbankan harus memperhatikan masalah kepuasan nasabahnya. Karena dalam menciptakan kepuasan nasabah terhadap suatu perusahaan itu tidaklah mudah.

Faktor lain yang mendogkrak pangsa pasar dalam dunia perbankan sehingga menciptakan kepuasan bagi para nasabahnya adalah citra perusahaan. Citra bagi suatu perusahaan juga mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan dan produk yang diterima. Citra perusahaan yang baik dan

[4] Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 10

melekat pada benak konsumen akan menambah kepuasan konsumen. Dimana dalam meningkatkan penjualan, kesadaran dan image sebuah merek dan reputasi jasa mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Pada hal ini, citra yang baik yang ditampilkan perusahaan kepada nasabahnya melalui reputasi atau merek mampu memberikan sikap dan kepercayaan yang tinggi dari nasabah terhadap produk perbankan dan hal ini dapat menimbulkan rasa puas dari nasabah.

Perusahaan akan selalu menciptakan inovasi yang baru pada produk-produk yang ditawarkan perbankan syariah Yang membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional adalah atribut-atribut khusus yang melekat pada bank syariah, seperti tidak ada unsur riba, sistem bagi hasil, tidak ada unsur judi, untuk investasi yang halal, dan melakukan aktivitas sesuai syariah. Atribut-atribut produk Islam ini yang menjadi alasan utama para nasabah memilih menggunakan bank syariah dan menjadi indikator penilaian bagi nasabah. Maka kepuasan akan dirasakan oleh nasabah bila nilai syariah yang ada pada atribut produk bank syariah semakin tinggi.

Dengan demikian bank syariah harus memperbaiki kinerja dan kualitas layanan lebih profesional, menawarkan produk yang lebih inovatif dan menguntungkan dengan memperhatikan nilai yang diperoleh nasabah. Selain itu, tentu saja dengan senantiasa menjaga kemurnian syariah dari atribut-atribut produk sesuai dengan Al-qur'an dan Al-hadits. Di tengah perkembangan industri perbankan syariah, masih perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut mengenai

kepuasan pelanggan, kualitas layanan, nilai pelanggan, atribut produk Islam dan citra perusahaan yang khas terdapat pada bank syariah dan objek penelitian ini adalah nasabah BPD DIY Syariah.

Bank BPD DIY Syariah menjadi salah satu bank yang dijadikan nasabah untuk melakukan pembiayaan maupun transaksi lainnya. Dengan tingkat persaingan antar bank yang semakin ketat serta didukung keunggulan-keunggulan yang dimiliki antar bank, mendorong bank BPD DIY Syariah untuk lebih meningkatkan kualitas layanan, nilai nasabah, atribut produk perbankan syariah, meningkatkan citra perusahaan, menciptakan kepercayaan bagi nasabahnya sehingga diharapkan nasabah akan mendapatkan kepuasan yang maksimal.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan dan Atribut Produk Perbankan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah BPD DIY Syariah".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan dalam latar belakang, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPD DIY Syariah?

2. Apakah nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPD DIY Syariah?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPD DIY Syariah?
4. Apakah atribut produk perbankan syariah bank berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPD DIY Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD DIY Syariah
2. Untuk mengetahui apakah nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD DIY Syariah
3. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD DIY Syariah
4. Untuk mengetahui apakah atribut produk perbankan syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPD DIY Syariah

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan para pembuat kebijakan dalam membuat kebijakan yang terkait dengan kualitas layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, dan atribut produk perbankan syariah dalam upaya mendukung strategi pengembangan bank syariah di masa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti

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

3. Bagi penelitian lanjutan

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama.

E. Sistematika Pembahasan

Penyususn skripsi ini akan disajikan dalam sistematika penyusunan dan pembahasan yang terdiri atas lima (5) bab. Bab I adalah Pendahuluan, menguraikan argumentasi terhadap pentingnya penelitian ini. Bab ini, mencakup

latar belakang masalah sebagai landasan pembahasan lebih lanjut, rumusan masalah yang berguna untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian yang mengerengahkan alasan pentingnya penelitian ini dilakukan, serta sistematika pembahasan untuk memudahkan pengecekan bagian-bagian penelitian pendahuluan.

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

Bab III adalah metodologi penelitian yang menjelaskan mengenai jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data sebagai alat pisau analisis yang digunakan untuk melakukan penelitian.

Bab IV adalah gambaran kondisi umum objek penelitian yang dalam hal ini adalah Bank BPD Syariah cabang Yogyakarta. Selanjutnya pembahasan yang berisi tentang hasil analisis dari pengolahan data, baik analisis data secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

Selanjutnya, dilakukan pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti selama periode penelitian.

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan hasil uji F pada penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel kualitas layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, dan atribut produk islam terhadap kepuasan nasabah.
2. Secara parsial variabel kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPD DIY Syariah. Hal itu ditunjukkan oleh hasil uji t.
3. Secara parsial variabel nilai nasabah dan atribut produk islam tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPD DIY Syariah. Hal itu ditunjukkan oleh tingkat signifikansi variabel nilai nasabah dan atribut perbankan syariah yang lebih besar dari nilai probabilitas.
4. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh adalah 0,378 yang berarti bahwa pengaruh variabel kualitas layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, dan atribut produk islam terhadap kepuasan nasabah berpengaruh

sebesar 37,8% yang berarti masih ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 62,2%.

B. Saran

1. Pada penelitian ini variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini memberikan bukti bahwa kualitas layanan yang diberikan Bank BPD DIY Syariah kepada para nasabahnya selalu memuaskan para nasabahnya. Peneliti harap hal ini perlu dipertahankan oleh pihak bank guna perkembangan Bank BPD DIY Syariah kedepannya agar selalu bernilai positif dimata nasabahnya. Dan pihak bank diharapkan dapat selalu mengeluarkan inovasi-inovasi atau perubahan-perubahan yang menunjang perkembangan Bank BPD DIY Syariah.
2. Pada penelitian ini variabel citra perusahaan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan citra yang sudah dibangun Bank BPD DIY Syariah dengan baik. Dengan citra yang baik tentu saja nasabah tidak akan ragu untuk menggunakan produk maupun jasa Bank BPD DIY Syariah karena para nasabah yakin dengan citra yang baik pihak bank mampu menciptakan rasa puas pada diri nasabah. Peneliti berharap pihak bank akan selalu mempertahankan citra perusahaan yang sudah baik ini dengan lebih memperhatikan kebutuhan para nasabahnya. Sehingga nasabah akan merasa lebih diperhatikan dan dihargai. Hal ini tentu saja akan memberikan penilaian positif dimata para

nasabah yang akan sangat berpengaruh terhadap citra dari Bank BPD DIY Syariah.

3. Kurangnya indikator dalam variabel di kuesioner menyebabkan peneliti kurang dapat menggali apa yang akan dicari. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih menyempurnakan alat ukuur supaya dapat menjawab apa yang akan dicari dalam penelitian.
4. Untuk penelitian selanjutnya, dalam meneliti masalah kepuasan nasabah, perlu menambah variabel-variabel lain selain empat variabel dalam penelitian ini, jumlah sampel dan objek penelitian diperluas. Karena diperoleh prosentase yang cukup tinggi dari selain keempat variabel tersebut yaitu 62,2%

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Swastha, Basu dan Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Moderen. Liberty, Yogyakarta

Swasta, Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: LIBERTY, 2000)

Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam, Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2002)

Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, alih bahasa Alexander Sindoro (Jakarta;Prenhallindo,1997)

Tjiptono Fandi, Chandra Gregorius, Servis, Quality dan Satisfaction (Yogyakarta : Andi2005)

Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta:Andi Offest,2004)

Freddy Rangkuti, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2006)

Fandy Tjiptono. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing

Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE, 2000)

Syamsul Hadi dan Widyarini, *Metodelogi Penelitian*, (Ekonisia: Yogyakarta, 2009)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* dan *R&D* (Bandung : Alfabeta, 2009)

Pangestu Subagyo, *Statistik Induktif*, (Yogyakarta : BPFE, 2005)

Yvonne Augustine dan Robert Kristaung, *MetodelogoPeneliatian Bisnis dan Akuntansi* (Jakarta : PT Dian Rakyat, 2013)

Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2007)

Jurnal dll

Agung Purwo Atmojo, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah, (*Jurnal* UNDIP Semarang, 2010)

Basuki Sri Rahayu, Pengaruh Kualitas Layanan, Hubungan Pelanggan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah, *Jurnal* STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta, 2014

Rahmat Hidayat, Pengaruh Kualiats Layanan, Produk, dan Nilai NasabahTerhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri, *Jurnal* Manajemen dan Kewirausahaan, (2009)

Novel Fatrio, SE, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah, (*Tesis* UNDIP Semarang dipublikasikan, 2006)

Feronika Handayani, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank, (*Skripsi* IPB dipublikasikan, 2006)

Didik Kurniawan, Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah, *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013

http://www.psychologymania.com/2012/12/pengertian-nilai-pelanggan.html, diakses 3 Februari 2014

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI NASABAH, CITRA PERUSAHAAN, DAN ATRIBUT PRODUK ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Yth,

Nasabah BPD Syariah

Di Yogyakarta

Kuesioner ini diberikan dalam rangka penyusunan skripsi jurusan Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Kuesioner ini hanya bertujan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu, saya meminta bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/I untuk berpartisipasi dalam pengisisan kuesioner ini. Saya sepenuhnya akan menjamin kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Saudara/i. atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan
3. Usia :
   a. 17 – 25 tahun
   b. 26 – 30 tahun
   c. 31 – 35 tahun
   d. > 36 tahun
4. Pekerjaan anda saat ini:
   a. PNS
   b. Wiraswasta
   c. Pelajar/Mahasiswa
   d. Lain-lain
5. Menjadi nasabah BPD Syariah sejak :
   a. < 6 bulan
   b. 6 bulan – 1 tahun
   c. 1 tahun – 2 tahun
   d. > 2 tahun
6. Selain Bank BPD Syariah apakah anda menggunakan jasa perbankan lainnya :
   a. Tidak

b. Ya

7. Berapa banyak jumlah uang yang ditabung dalam waktu 1 bulan ?
   a. < Rp 150.000
   b. Rp 200.000 – Rp 300.000
   c. Rp 350.000 – Rp 400.000
   d. > Rp 400.000
8. Penghasilan anda :
   a. < Rp 1.000.000,-
   b. Rp 1.000.000 – 2.000.000
   c. Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000
   d. Rp > 4.000.000

PETUNJUK PENGISIAN

Pernyataan – pernyataan dalam kuesioner ini mempunyai 4 alternatif jawaban, yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Berilah tanda silang (X) pada jawaban Bapak / Ibu langsung di lembar kuesioner.

Persepsi atas Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Perusahaan selalu menanyakan kebutuhan nasabah					
2	Perusahaan selalu mengutamakan kenyamanan nasabah					
3	Para karyawan memberikan tanggapan yang baik atas setiap pertanyaan yang diajukan					
4	Teller BPD Syariah memberikan pelayanan yang cepat					
5	Satpam selalu bersedia membantu nasabah					
6	Penampilan karyawan bank sopan					

7	Penampilan karyawan bank islami					
8	Penampilan karyawan bank rapi					
9	Karyawan ramah dalam melayani nasabah					
10	Karyawan bank mampu memberikan penjelasan yang mudah dipahami oleh nasabah					

Persepsi atas Nilai Nasabah

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	BPD Syariah dapat digunakan untuk segala Transaksi Perbankan (pemindahbukuan,transfer,pengambilan, penyetoran)					
2	Manfaat tabungan yang diberikan BPD Syariah sesuai harapan nasabah					
3	Nasabah merasakan keamanan melakukan transaksi di BPD Syariah					
4	Nasabah mendapatkan kemudahan bertransaksi di BPD Syariah					
5	BPD Syariah selalu memberikan hadiah/reward kepada nasabahnya yang loyal					

Persepsi atas Citra Perusahaan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pelayanan BPD Syariah dapat meningkatkan kesan dan pendapat atau penilaian positif saya					
2	Dengan membangun citra perusahaan dapat membantu saya menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan					
3	BPD Syariah selalu memberikan yang terbaik untuk para					

	nasabahnya					
4	BPD Syariah selalu menjaga hubungan baik dengan para nasabahnya					
5	Citra perusahaan mempengaruhi saya dalam memilih perusahaan					

Persepsi atas Atribut Produk Islam

No	**Pertanyaan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1	Produk-produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan prinsip syariah					
2	Kualitas produk yang ditawarkan BPD Syariah sudah baik					
3	Produk-produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan kebutuhan saya					
4	Saya merasa nyaman dengan produk yang saya gunakan karena selalu berlandaskan syariah					

Persepsi atas Kepuasan Nasabah

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan BPD Syariah melayani nasabah dengan cepat					
2	Kualitas layanan BPD Syariah yang baik					
3	Layanan yang diberikan karyawan sesuai harapan nasabah					
4	Saya segera mendapatkan bantuan ketika mengalami kesulitan					
5	Teller mendengarkan saya secara sungguh-sungguh ketika saya meminta pelyanan transaksi					
6	Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan BPD Syariah					
7	Layanan jaringan ATM BPD Syariah luas					

8	Saya puas dengan pelayanan BPD Syariah					

validitas

Correlations

		a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	X1
a1	Pearson Correlation	1	.124	.033	-.198*	.156	-.015	.116	.103	.185	.262**	.423**
	Sig. (2-tailed)		.220	.743	.048	.120	.885	.252	.310	.065	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a2	Pearson Correlation	.124	1	.340**	.203*	.030	.070	.202*	.229*	.354**	.300**	.570**
	Sig. (2-tailed)	.220		.001	.042	.765	.491	.044	.022	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a3	Pearson Correlation	.033	.340**	1	.347**	.007	.391**	.271**	.024	.248*	.248*	.580**
	Sig. (2-tailed)	.743	.001		.000	.944	.000	.006	.815	.013	.013	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a4	Pearson Correlation	-.198*	.203*	.347**	1	-.043	.225*	.179	.016	.148	-.115	.333**
	Sig. (2-tailed)	.048	.042	.000		.668	.025	.076	.873	.141	.254	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a5	Pearson Correlation	.156	.030	.007	-.043	1	.166	.140	.075	.192	.007	.371**
	Sig. (2-tailed)	.120	.765	.944	.668		.098	.165	.461	.056	.944	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a6	Pearson Correlation	-.015	.070	.391**	.225*	.166	1	.343**	.304**	.138	.270**	.567**
	Sig. (2-tailed)	.885	.491	.000	.025	.098		.000	.002	.172	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a7	Pearson Correlation	.116	.202*	.271**	.179	.140	.343**	1	.252*	.114	.106	.536**
	Sig. (2-tailed)	.252	.044	.006	.076	.165	.000		.012	.258	.294	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a8	Pearson Correlation	.103	.229*	.024	.016	.075	.304**	.252*	1	.146	.182	.461**

	Sig. (2-tailed)	.310	.022	.815	.873	.461	.002	.012		.148	.070	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a9	Pearson Correlation	.185	.354**	.248*	.148	.192	.138	.114	.146	1	.139	.553**
	Sig. (2-tailed)	.065	.000	.013	.141	.056	.172	.258	.148		.167	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
a10	Pearson Correlation	.262**	.300**	.248*	-.115	.007	.270**	.106	.182	.139	1	.496**
	Sig. (2-tailed)	.008	.002	.013	.254	.944	.007	.294	.070	.167		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.423**	.570**	.580**	.333**	.371**	.567**	.536**	.461**	.553**	.496**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		b1	b2	b3	b4	b5	X2
b1	Pearson Correlation	1	.304**	.323**	.266**	.147	.562**
	Sig. (2-tailed)		.002	.001	.007	.145	.000
	N	100	100	100	100	100	100
b2	Pearson Correlation	.304**	1	.320**	.429**	.410**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.002		.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
b3	Pearson Correlation	.323**	.320**	1	.419**	.142	.630**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.000	.158	.000
	N	100	100	100	100	100	100
b4	Pearson Correlation	.266**	.429**	.419**	1	.301**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
b5	Pearson Correlation	.147	.410**	.142	.301**	1	.627**

	Sig. (2-tailed)	.145	.000	.158	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.562**	.760**	.630**	.746**	.627**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		c1	c2	c3	c4	c5	X3
c1	Pearson Correlation	1	.309**	.323**	.371**	.182	.633**
	Sig. (2-tailed)		.002	.001	.000	.070	.000
	N	100	100	100	100	100	100
c2	Pearson Correlation	.309**	1	.362**	.252*	.339**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.011	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
c3	Pearson Correlation	.323**	.362**	1	.369**	.307**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
c4	Pearson Correlation	.371**	.252*	.369**	1	.507**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
c5	Pearson Correlation	.182	.339**	.307**	.507**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.070	.001	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.633**	.598**	.680**	.776**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		d1	d2	d3	d4	X4
d1	Pearson Correlation	1	.134	.227*	.213*	.648**
	Sig. (2-tailed)		.184	.023	.033	.000
	N	100	100	100	100	100
d2	Pearson Correlation	.134	1	.283**	.249*	.621**
	Sig. (2-tailed)	.184		.004	.013	.000
	N	100	100	100	100	100
d3	Pearson Correlation	.227*	.283**	1	.239*	.683**
	Sig. (2-tailed)	.023	.004		.016	.000
	N	100	100	100	100	100
d4	Pearson Correlation	.213*	.249*	.239*	1	.629**
	Sig. (2-tailed)	.033	.013	.016		.000
	N	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.648**	.621**	.683**	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Correlations

		e1	e2	e3	e4	e5	e6	e7	e8	Y
e1	Pearson Correlation	1	.330**	.181	.141	.260**	.351**	.213*	.285**	.591**
	Sig. (2-tailed)		.001	.071	.162	.009	.000	.033	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
e2	Pearson Correlation	.330**	1	.134	.100	.155	.205*	.273**	.289**	.374**
	Sig. (2-tailed)	.001		.183	.324	.125	.041	.006	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
e3	Pearson Correlation	.181	.134	1	.228*	.130	.247*	.224*	.267**	.502**
	Sig. (2-tailed)	.071	.183		.023	.196	.013	.025	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
e4	Pearson Correlation	.141	.100	.228*	1	.338**	.306**	.213*	.171	.512**
	Sig. (2-tailed)	.162	.324	.023		.001	.002	.033	.089	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
e5	Pearson Correlation	.260**	.155	.130	.338**	1	.203*	.278**	.202*	.562**
	Sig. (2-tailed)	.009	.125	.196	.001		.043	.005	.044	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
e6	Pearson Correlation	.351**	.205*	.247*	.306**	.203*	1	.348**	.199*	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000	.041	.013	.002	.043		.000	.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
e7	Pearson Correlation	.213*	.273**	.224*	.213*	.278**	.348**	1	.340**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.033	.006	.025	.033	.005	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
e8	Pearson Correlation	.285**	.289**	.267**	.171	.202*	.199*	.340**	1	.590**
	Sig. (2-tailed)	.004	.004	.007	.089	.044	.048	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.591**	.374**	.502**	.512**	.562**	.569**	.668**	.590**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	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).

Reliabilitas

- **Kualitas layanan**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.634	.649	10

- **Nilai nasabah**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.689	.688	5

- **Citra perusahaan**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.709	.713	5

- **Atribut produk islam**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.667	.675	4

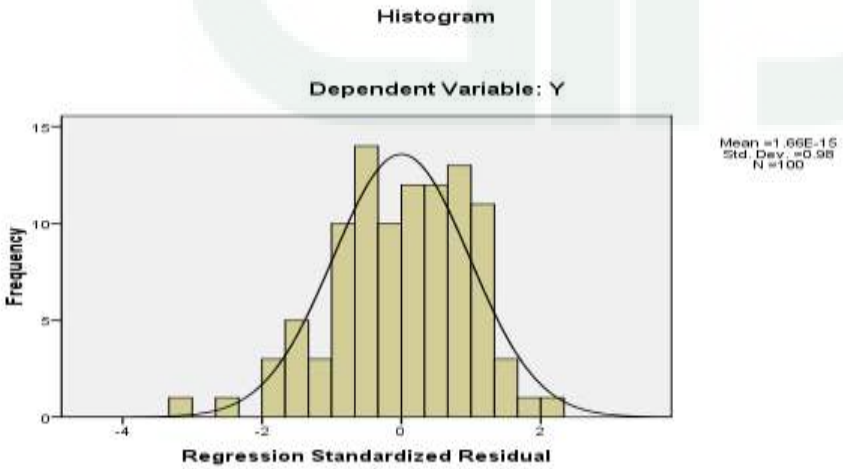
- **Kepuasan nasabah**

Reliability Statistics

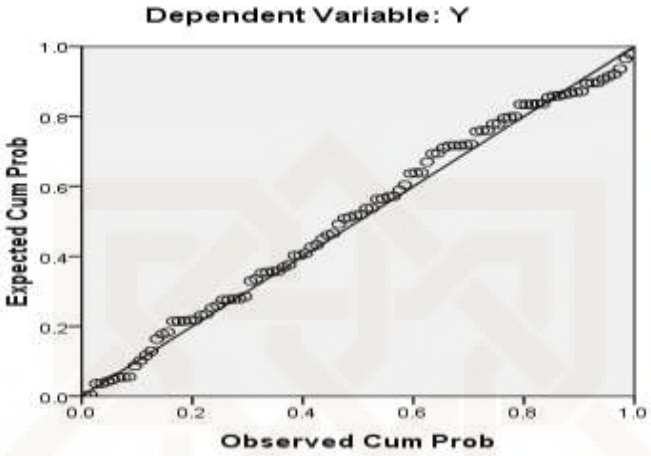
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.706	.712	8

Asumsi klasik

- **Normalitas**



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80497869
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.044
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.676
Asymp. Sig. (2-tailed)		.751

a. Test distribution is Normal.

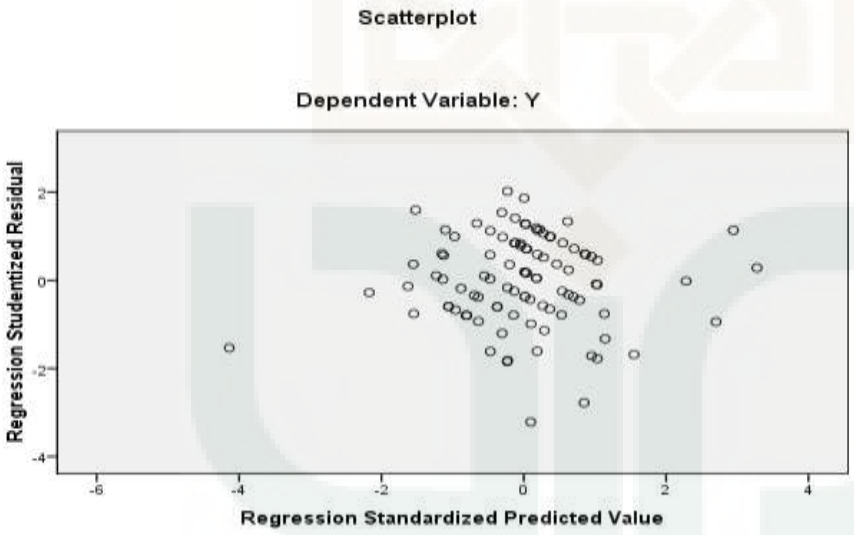
- **Multikolinieritas**

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.759	3.676		1.567	.121		
	X1	.247	.082	.269	3.011	.003	.787	1.270
	X2	.116	.117	.096	.989	.325	.664	1.507
	X3	.506	.119	.370	4.241	.000	.825	1.212
	X4	.243	.145	.149	1.681	.096	.796	1.256

a. Dependent Variable: Y

- **Heteroskedestitas**



Regresi linier berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.759	3.676		1.567	.121		
	X1	.247	.082	.269	3.011	.003	.787	1.270
	X2	.116	.117	.096	.989	.325	.664	1.507
	X3	.506	.119	.370	4.241	.000	.825	1.212
	X4	.243	.145	.149	1.681	.096	.796	1.256

a. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218.213	4	54.553	16.068	.000[a]
	Residual	322.537	95	3.395		
	Total	540.750	99			

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

b. Dependent Variable: Y

Koefisien determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.635[a]	.404	.378	1.84259	1.492

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

b. Dependent Variable: Y

Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.759	3.676		1.567	.121		
	X1	.247	.082	.269	3.011	.003	.787	1.270
	X2	.116	.117	.096	.989	.325	.664	1.507
	X3	.506	.119	.370	4.241	.000	.825	1.212
	X4	.243	.145	.149	1.681	.096	.796	1.256

a. Dependent Variable: Y

Terjemahan Teks-Teks Arab

	BAB II		
No	Halaman	Footnote	Keterangan
1	16	10	Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.
2	17	11	Hai orang-orang yang beriman, janganlah kami saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu ; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.
3	23	17	Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu . Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.
4	24	18	Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.

Gambaran Umum BPD Syariah

Perkembangan bank syariah mulai terasa sejak dilakukan perubahan terhadap UU No. 7/1992 menjadi UU No. 10/1998 yang memberikan landasan operasi yang lebih jelas bagi bank syariah. Sebagai tindak lanjut UU tersebut, Bank Indonesia mulai memberikan perhatian lebih serius terhadap pengembangan perbankan syariah. Pada bulan April 1999 Bank Indonesia membentuk satuan kerja khusus yang menangani penelitian dan pengembangan bank syariah (Tim Penelitian dan Pengembangan Bank Syariah dibawah Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan) yang menjadi cikal bakal bagi Biro Perbankan Syariah yang dibentuk pada 31 Mei 2001. Biro Perbankan Syariah ini sekarang resmi menjadi Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia sejak bulan Agustus 2003 lalu.

Akibat potensi pasar yang masih terbuka luas dan semakin pesat perkembangan jumlah bank syariah, maka sudah selayaknya Bank BPD DIY turut memanfaatkan potensi perbankan syariah di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Dari sudut pandang bisnis, sebagai institusi yang berorientasi pada keuntungan dan pengembangan usaha, pendirian Unit Usaha Syariah Bank BPD DIY merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pangsa pasar, keuntungan dan kinerja perusahaan. Sedangkan dilihat dari sudut pandang konsumen, kehadiran Unit Usaha Syariah Bank BPD DIY (selanjutnya disebut Bank BPD DIY Syariah) akan memungkinkan konsumen untuk dapat

memperoleh fasilitas pelayanan produk syariah yang semakin bervariasi. Oleh sebab itu, pendirian Bank BPD DIY Syariah harus terencana dengan baik dan terintegrasi dengan visi dan misi perusahaan.

Visi dari Bank BPD Syariah adalah untuk menyediakan jasa keuangan bagi pemenuhan kebutuhan masyarakat. Pemenuhan jasa keuangan yang berlandaskan prinsip syariah ini diharapkan mampu mendukung visi Bank BPD DIY, melalui pengelolaan Unit Usaha Syariah yang sehat. Sedangkan misi dari Bank BPD Syariah adalah memberikan kontribusi pada Bank BPD DIY melalui pencapaian laba yang wajar dari hasil penyediaan jasa keuangan syariah.

Prodak Tabungan BPD DIY Syariah Yogyakarta

Bank Syariah ialah bank yang berasaskan antara lain pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam dengan karakteristik pelarangan *riba* dalam berbagai bentuknya, tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif, tidak mengenal konsep nilai waktu uang (*time value of money*). Dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah, BPD DIY Syariah cabang Cik Ditiro Yogyakarta menerapkan budaya yang diterapkan oleh semua karyawan atau pegawai yang berpedoman pada kata SIFAT, yakni : *Siddiq, Istiqamah, Fathanah Amanah,* serta *Tabligh.* Untuk memenuhi kebutuhan nasabah, produk dan oprasional BPD DIY Syariah Cik Ditiro dikembangkan

cukup bervariasi. Adapun jenis produk yang ditawarkan dikelompokan menjadi tiga, yaitu: simpanan, pembiayaan dan jasa. Dan yang akan dijelaskan dalam penelitian ini hanya produk simpanan saja. Produk simpanan BPD Syariah Yogyakarta adalah sebagai berikut :

1) Giro *Wadi'ah*

Giro *Wadi'ah* adalah sarana penyimpanan dana dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *al-Wadi'ah Yad domanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan media cek atau bilyet giro. Dengan prinsip tersebut titipan akan dimanfaatkan dan diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha dari usaha kecil dan menenah sampai kepada tinkat korporat secara propesional tanpa melupakan prinsip syariah. Bank menjamin keamanan dana secara utuh dan ketersediaan dana setiap saat guna membantu kelancaran transaksi.

2) Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah adalah salah satu jenis simpanan berdasarkan prinsip *Mudharabah al-muthlaqah* dan diperuntukan bagi nasabah yang menginginkan dananya diinvestasikan secara syariah. Dana nasabah akan dimanfaatkan dan diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha dari usaha kecil dan menengah sampai pada tingkat korporat secara propesional tanpa melupakan prinsip syariah. Atas investasi dana tersebut akan diberikan bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati.

3) Deposito Mudharabah

Deposito Mudharabah adalah salah satu jenis simpanan berdasarkan prinsip mudharabah *al-mutlaqah* dan diperuntukan bagi nasabah yang menginginkan dananya diinvestasikan secara syariah. Dana yang terkumpul akan dimanfaatkan dan diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha dari yang kecil dan menengah sampai kepada tingkat korporat secara propesional tanpa melupakan prinsip syariah. Atas investasi dana tersebut akan diberikan bagi hasil sesuai kesepakatan bersama antara bank dan nasabah.

Kualitas layanan

a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10
4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
2	4	5	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	3	5	5	5	4	4
4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
3	4	4	5	4	5	5	5	4	3
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
3	4	4	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
4	5	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	4	3	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4

3	4	4	5	4	5	5	5	4	4
3	5	5	5	3	4	4	4	5	4
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	5	5	5	5	4	4	5	4
3	4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	5	5	5	3	5	5	4	4	5
4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5
3	4	3	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4	5	4	5	4
5	4	4	3	5	4	5	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
3	5	4	4	5	5	5	5	5	3
4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
3	4	4	5	5	4	5	4	5	4

4	3	5	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
5	4	4	4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	5	5	4
4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	4	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4

Nilai nasabah

b1	b2	b3	b4	b5
4	4	4	4	3
4	3	4	4	3
5	5	5	5	3
4	4	4	4	4
4	4	5	5	4
5	4	4	3	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	4	5	5
2	2	3	1	3
4	5	4	5	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	5
4	5	5	5	4
4	5	4	4	3
4	3	5	4	3
4	4	4	4	3
4	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	5	5	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
4	4	5	5	4
4	4	4	4	4
4	3	4	3	3
4	4	5	5	4
4	4	5	4	3
4	4	5	5	4
4	4	4	4	5
4	1	3	4	2
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	5	5
4	5	5	5	5
3	3	4	4	4

4	4	5	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	5	3
4	4	4	3	3
4	5	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
4	4	5	4	3
4	4	5	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	5	4	4
5	4	5	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	4	5	4
4	5	4	5	5
4	4	4	4	5
4	4	4	5	5
4	4	4	4	3
4	5	4	5	4
4	4	4	4	4
5	5	4	4	3
5	4	4	4	3
5	4	5	4	4
4	4	5	5	4
5	4	5	5	4
4	4	4	5	4
4	4	5	5	4
4	3	4	5	3
4	4	5	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
4	5	5	4	4
4	4	4	4	4
4	5	4	5	4

4	4	5	5	4
4	5	5	5	4
4	5	4	5	5
4	4	4	4	4
5	4	4	5	4
5	4	4	4	4
4	4	5	5	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	5	5	4
5	4	5	4	4
5	4	5	4	4
4	5	5	4	4
4	4	4	5	5
4	5	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	5	5	4
4	4	4	4	4
4	5	4	4	4
4	5	5	4	4
4	4	4	5	4
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4
4	4	4	5	4

Citra Perusahaan

c1	c2	c3	c4	c5
4	4	5	5	4
4	4	4	4	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
4	4	4	4	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	3	4	4	4
4	4	4	4	5

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

5	4	4	4	4
5	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	5	5	4
5	4	5	4	4
4	4	4	4	4
5	5	4	4	5
4	5	4	4	5
4	4	4	4	4
4	5	5	4	4
4	4	4	4	5
5	5	4	4	4
4	4	4	4	5
4	4	5	4	5
5	4	4	4	4
5	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
4	4	4	5	4
4	5	5	4	4
4	5	4	4	4
4	4	5	4	4
5	4	4	4	4
5	4	5	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	3	5
4	5	4	4	5
5	4	5	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	5
4	4	5	4	4
4	4	4	5	4
4	4	5	4	4
4	5	3	4	4
5	5	5	4	4
5	5	4	4	5
5	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4

4	4	4	4	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	5
5	4	4	5	4
4	3	4	5	4
5	4	4	4	4
4	4	4	4	4

Atribut produk islam

d1	d2	d3	d4
4	5	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	4	4	4
4	5	4	4
4	5	4	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	4	5
4	3	2	4
5	5	4	5
5	4	4	4
4	4	4	4
3	4	3	4
4	4	5	4
4	4	4	4
4	3	4	4
5	4	3	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4

5	4	4	5
5	4	4	4
4	4	4	4
3	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	4
4	4	4	4
3	4	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	5
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	4	4
5	4	4	4
4	5	4	4
4	5	4	4
4	4	4	5
4	4	5	5
4	4	5	4
5	4	4	4
5	4	4	5
4	4	4	5
4	5	5	4
5	4	4	4
5	4	4	4
4	5	5	4
4	4	4	4
4	5	4	5
5	4	5	5
4	4	5	4
4	4	4	5

5	4	4	4
4	4	4	4
4	5	4	5
4	4	4	4
5	5	5	4
4	4	4	4
4	4	5	4
4	4	4	4
4	5	4	4
4	4	4	4
5	5	4	4
5	4	5	4
4	4	4	5
5	4	5	4
4	4	5	5
4	5	4	4
4	4	4	4
4	4	4	5
3	4	4	4
4	5	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	5	4
5	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	5	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	5	4	5
4	4	4	5
4	4	4	4
5	4	5	5

BANK BPD DIY

SYARIAH

SURAT KETERANGAN

Nomor : 2095 / HM 0000

PT. Bank Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (BPD DIY) Cabang Syariah Cik Ditiro, dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a	: FITRI SULISTIA ABIDIN
NIM	: 10391011
Jenjang	: S-1
Program Studi/ Jurusan	: Keuangan Islam (KUI)
Fakultas	: Syari'ah dan Hukum
Perguruan Tinggi	: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta

telah melakukan penelitian di PT. Bank Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (BPD DIY) Cabang Syariah Cik Ditiro, dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul: *"Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, dan Atribut Produksi Islam terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BPD DIY Syariah Cabang Yogyakarta)."*

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Oktober 2014

PT. Bank BPD DIY
Cabang Syariah Cik Ditiro

Pemimpin Bidang
Operasional dan Pelayanan

BANK PEMBANGUNAN DAERAH CABANG SYARIAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Mohammad Munif Ridwan

Curriculum Vitae

1. Data pribadi

Nama	: Fitri Sulistia Abidin
Jenis kelamin	: Perempuan
Tempat,tanggal lahir	: Bali, 14 April 1991
Kewarganegaraan	: Indonesia
Status Perkawinan	: Belum menikah
Agama	: Islam
Alamat	: Banjar Dinas BatuAgung Kecamatan Gerokgak Kabupaten Singaraja Bali
HP/e-mail	: 085258571221 / fitrisulistia@ymail.com

2. Pendidikan

1996-1998	: TK Raudatul Atfal Bali
1998-2004	: MIN Gerokgak Bali
2004-2007	: MTS Al-Kautsar Banyuwangi
2007-2010	: MAN 1 Jember
2010-2014	: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta