

**Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk, *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mandiri
(Studi Kasus Pada Masyarakat Pengusaha Kabupaten Bantul)**



SKRIPSI

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

Oleh:

Muhammad Iqbal Maulana

NIM: 10391057

PEMBIMBING:

- 1. Dr. Misnen Ardiansyah., SE.M.Si.Ak. CA**
- 2. Joko Setyono., SE.M.Si**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2015**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis minat masyarakat kabupaten Bantul dari kalangan pengusaha melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, sumber data adalah data primer, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan cara membagikan pada masyarakat yang menjalankan usaha di kabupaten Bantul. Metode analisis datanya menggunakan uji asumsi klasik, dan uji hipotesis (uji t dan uji F), pengolahan datanya menggunakan SPSS 21 for windows

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa dari uji parsial menunjukkan untuk variabel lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat melakukan transaksi masyarakat pengusaha kabupaten Bantul dengan hasil signifikansi yaitu $0.311 > 0.05$. untuk variabel pengetahuan tentang produk, CSR, dan citra perusahaan berpengaruh positif signifikan dengan hasil masing masing secara berurutan, $0.015 < 0.05$; $0.039 < 0.05$; $0.005 < 0.05$.

Dan untuk uji F menunjukkan model berpengaruh positif dan signifikan yaitu minat masyarakat kabupaten Bantu melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri dipengaruhi secara bersama-sama oleh pengetahuan tentang produk, CSR, citra perusahaan, dan lokasi dengan hasil signifikansi sebesar $0.00 < 0.05$.

Kata Kunci : Pengetahuan Tentang Produk, CSR, Citra Perusahaan, Lokasi, dan Minat



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Muhammad Iqbal Maulana

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Muhammad Iqbal Maulana
NIM : 10391057
Judul Skripsi : **"Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk, *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengusaha Kabupaten Bantul)"**

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

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 September 2015

Pembimbing I,

Dr. Misnen Ardkansyah, S.E.M.Si.Ak. CA.

NIP. 197109292000031001



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Muhammad Iqbal Maulana

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Muhammad Iqbal Maulana
NIM : 10391057
Judul Skripsi : **“Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk, *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengusaha Kabupaten Bantul)”**

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

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 September 2015

Pembimbing II,

Joko Setyono., SE.M.SI

NIP. 19730702 2002121003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Marsda adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/K.KUI-SKR/PP.009/298/2015

Tugas Akhir dengan judul: Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk, CSR, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengusaha di Kabupaten Bantul)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Muhammad Iqbal Maulana

NIM : 10391057

Telah diujikan pada : Rabu, 16 September 2015

Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Misnen Arliansyah, S.e., M.Si

NIP. 19710929 200003 1 001

Penguji I

M. Kurnia Rahman Abadi, S.E., M.M.

NIP. 19780503 200604 1 002

Penguji II

Jathar Faradis, S.H.I., M.A.

NIP.19840523 201 101 008

Yogyakarta, 16 September 2015

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Syari'ah dan Hukum

DEKAN



Dr. H. Syarifq' Mahmadah Hanafi, M.Ag.

NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Iqbal Maulana
NIM : 10391057
Fakultas-Prodi : Syari'ah dan Hukum – Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan tentang Produk, CSR, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mandiri”** 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 footnote 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, dan digunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 September 2015

Penyusun



Muhammad Iqbal Maulana

10391057

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala kemudahan, rejeki, kesehatan dan kekuatan. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang menguras pikiran, tenaga dan waktu ini bisa terselesaikan. Sholawat dan salam kulanturkan bagimu Rasulullah Muhammad SAW.

Kedua orang tuaku

Bapak Hery Prasetyo dan Ibu Sri Hastati P terimakasih atas limpahan doa dan kasih sayang dalam bentuk materi maupun non materi yang tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik.

Ke tiga adek saya Renai Asa Desamya, Adha Rizky Bancar, dan Rholaz Omar Baihaqi atas segala dukungan dan pengertiannya semoga kelak saya menjadi kakak yang baik bagi kalian.

Teman-teman KUI angkatan 2010 dan terutama teman sekelas KUI G.

Semoga Allah SWT membalas jasa budi kalian dikemudian hari dan memberikan kemudahan dalam segala hal. amin

MOTTO

How can these people think to have the key of life? They are perpetuating all error with hatred but always trust yourself and God will show you the path TO stay alive and all we can dream is a new breed of human beings

Hidup sehat tanpa Motto

**Kebahagiaan bergantung pada apa yang kau berikan,
bukan pada apa yg kau dapat - Mahatma Gandhi**

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	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	ṡā'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāy	z	zet
س	Sīn	s	es

ث	Syīn	sy	es dan ye
ذ	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ڨ	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ء	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāw	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	ء	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

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

C. *Tā'marbūṭah*

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

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
علة	ditulis	'illah
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----	Fathah	ditulis	<i>a</i>
-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
كُذِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ḥukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaḥḥabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathāh + alif جاهلية	ditulis	<i>ā</i>
	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathāh + yā' mati تَنَسَى	ditulis	<i>ā</i>
	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati كَرِيم	ditulis	<i>ī</i>
	ditulis	<i>karīm</i>
4. Dammah + wāwu mati فُرُوض	ditulis	<i>ū</i>
	ditulis	<i>furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathāh + yā' mati بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>ai</i>
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathāh + wāw mati قَوْل	ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>

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

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْشُكْرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

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

السَّمَاء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>asy-Syāms</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذو الفروض	ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk, *Corporate Social Reponsibility*, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mandiri(Studi Kasus Pada Masyarakat Pengusaha Kabupaten Bantul)” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Prodi Keuangan Islam, Fakultas Syari’ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

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

1. Prof. Dr. Machasin. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Sunaryati, SE, M.Si. selaku Ketua Prodi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Misnen Ardiansyah., SE, M.Si. Ak. selaku dosen pembimbing akademik dan pembimbing skripsi yang telah membimbing saya dari awal proses kuliah hingga akhir semester.

5. Joko Setyono., SE, M.Si. selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan, arahan dan saran sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
7. Kepada orang tua saya tercinta, Bapak Hery Prasetyo dan Ibu Sri Hastuti P yang telah memberikan motivasi, semangat, doa tanpa henti serta dukungan sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Adik-adik ku Renai Asa Desamya, Adha Rizky Bancar, Rholaz Omar Baihaqi yang selalu membuat hidup jadi ceria dengan senyum mereka, dan telah sabar ketika saya suruh.
9. Keluarga KUI '10 yang selama kurang lebih 5 tahun menikmati pahit manisnya bangku perkuliahan, terutama kepada Lukman, Fuad, Restu , Erik, Arok, Ridwan, Iip, Hambali, Mukhils, Aidil, Evi , Dhina, Kobet, Rovi, Wisnu, Abu, serta teman-teman yang lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih untuk kalian semua.
10. Komunitas Bantul Total Grind, Selo crew dan band saya FAITH yang selalu mengisi waktu-waktu yang menjadi manfaat
11. Gitar kesayangan saya Tombstone I dan Tombstone II, Amplifier Cort, Stompbox kesayangan. Tanpa kalian mungkin saya tidak bisa menjadi kreatif dan mengekspresikan pikiran-pikiran yang ada dikepala.

12. Seluruh pegawai dan staff TU Prodi Keuangan Islam dan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.
13. Semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

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

Yogyakarta, 7 September 2015

Muhammad Iqbal Maulana
10391057

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Sistematika Pembahasan.....	10

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Telaah Pustaka	13
B. Kerangka Teoritik	16
1. Perbankan Syariah.....	16
2. Pemasaran	19
3. Pemasaran Perspektif Syariah.....	21
4. Perilaku Konsumen	24
5. Perilaku Konsumen dalam Pandangan Islam.....	26
6. Pengetahuan Tentang Produk.....	28
7. CSR.....	31
8. Citra Perusahaan.....	32
9. Lokasi.....	33
C. Kerangka Pemikiran.....	35
D. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis dan Sifat Penelitian	42
B. Populasi dan Sampel	42
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	44
D. Sumber Data.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Definisi Operasional Variabel	45
G. Instrumen penelitian.....	48

H. Teknik Analisis Data.....	52
1. Analisis Deskriptif	52
2. Uji Asumsi Klasik	53
3. Analisis Regresi Berganda	55
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Analisis Deskriptif	58
1. Gambaran Umum	58
2. Analisis Karakteristik Responden.....	61
B. Uji Instrumen Penelitian	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	67
C. Uji Asumsi Klasik.....	68
1. Uji Multikolinearitas	68
2. Uji Heteroskedastisitas.....	69
3. Uji Normalitas.....	70
D. Uji Regresi Linier Berganda	72
E. Uji Hipotesis	75
1. Uji Simultan (F)	75
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
3. Uji Parsial (T).....	77
F. Interpretasi dan Pembahasan.....	79

BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran-saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional.....	19
Tabel 3.1 Kisi-kisi Pembuatan dan Pengembangan kuesioner Minat.....	48
Tabel 3.2 Kisi-kisi Pembuatan Kuesioner untuk variabel Independent.....	49
Tabel 3.3 Variabel, Alternatif Jawaban dan skor <i>Skala Likert</i> Instrumen.....	50
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Usia.....	63
Tabel 4.3 Pekerjaan.....	64
Tabel 4.4 Penghasilan Perbulan.....	64
Tabel 4.5 Hasil Data Responden.....	65
Tabel 4.6 Uji Validitas.....	66
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.9 Uji Heterokedastisitas.....	70
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.11 Scaterplot.....	72
Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda.....	73

Tabel 4.13 Uji Simultan F.....	76
Tabel 4.14 Koefisien determinasi	77
Tabel 4.15 Uji T.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Perilaku Konsumen.....	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I. Terjemahan Al-Qur'an dan Hadis
- Lampiran II. Lampiran Kuesioner Penelitian
- Lampiran III Surat Izin Penelitian
- Lampiran IV. Lampiran Hasil Uji SPSS
- Lampiran V. Lampiran Curriculum Vitae

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Islam adalah agama Allah yang mengatur kehidupan manusia baik kehidupan di dunia maupun di akhirat. Kehidupan manusia di dunia tentu tidak bisa lepas dari kegiatan perekonomian, karena manusia sendiri merupakan makhluk sosial yang tentunya saling membutuhkan satu dengan yang lain. Ekonomi dalam sistem ajaran Islam secara mendasar berbeda dari sistem ekonomi yang lain dalam hal tujuan, bentuk, dan coraknya. Sistem tersebut berusaha memecahkan masalah ekonomi manusia dengan cara menempuh jalan tengah antara pola yang ekstrem yaitu kapitalis dan komunis.¹

Sumber yang dijadikan dasar pengambilan hukum dalam perekonomian Islam tentu berasal dari Al-Qur'an dan Hadits yang semakin menegaskan bahwa perekonomian Islam selain bertujuan mendapatkan keuntungan yang maksimal namun juga memperhitungkan aspek kemanusiaan. Kegiatan ekonomi tentu tidak bisa selalu mendapatkan hasil yang positif, ketika hal negatif terjadi maka perekonomian Islam memberikan batas toleransi yang meringankan beban.

Definisi dari perekonomian Islam sendiri dapat bersifat luas maupun spesifik. Secara luas perekonomian Islam dapat diartikan sebagai kegiatan keuangan yang dilakukan oleh umat Islam. Perbankan bebas bunga sendiri

¹ Nurul Huda dkk., *Ekonomi Makro Islam (Pendekatan teoritis)*, cet. Ke-2 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm.3.

adalah ciri yang lebih spesifik dari perekonomian Islam.² Bentuk manifestasi dari perbankan bebas bunga dalam dunia nyata sendiri adalah perbankan syariah. lembaga yang pada prinsipnya menjembatani kesenjangan ekonomi dengan berbagai produk dengan akad yang mengikatnya. Menjembatani para pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan modal untuk berbagai tujuan.

Dinamika yang berlangsung dalam kurun waktu terakhir, muncul lembaga-lembaga keuangan berbasis syari'ah yang mana sebagai salah satu tonggak penting dalam pengembangan ekonomi syari'ah di Indonesia, di mana perkembangannya mengalami peningkatan yang cukup menggembirakan. Perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional melalui UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan yang telah dirubah dalam UU No. 10 Tahun 1998, UU No. 23 Tahun 1999, UU No. 9 Tahun 2004 Tentang Bank Indonesia, dan UU No. 21 Tahun 2008 tentang bank syariah. Tentu dukungan regulasi dari pemerintah ini memberikan peluang bagi beroperasinya bank dengan sistem syariah.

Bank Syariah di Indonesia didirikan karena keinginan masyarakat terutama masyarakat yang beragama Islam yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram, hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI nomor 1 tahun 2004 tentang bunga yang intinya mengharamkan bunga bank yang didalamnya terdapat unsur-unsur riba. Eksistensi perkembangan perbankan syariah telah

² Ibrahim Warde, *Islamic Finance (Keuangan Islam dalam Perekonomian Global)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm.8.

menimbulkan berbagai perbedaan yang signifikan terutama dalam hal penentuan harga dan imbalan atas penggunaan dana.

Salah satu bank syariah yang mempunyai nilai-nilai perusahaan, menjunjung tinggi nilai kemanusiaan, dan integritas yang telah tertanam kuat yaitu Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri (BSM) didirikan dengan maksud mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip syariah kedalam transaksinya. Bank syariah mandiri juga hadir, tampil, dan berkembang sebagai sebuah bank yang dapat menggabungkan idealisme usaha dengan nilai-nilai agama. Nilai-nilai inilah yang dijadikan dasar kegiatan operasionalnya.

Bank syariah mandiri mempunyai peranan yang sangat penting, di mana dengan sarana-sarana yang di ciptakan dan kemudahan yang diberikan telah berhasil menjadi perantara dalam dunia keuangan. Pada tahun 1999 yang lalu, masyarakat dikenalkan dengan berdirinya Bank Syariah Mandiri dalam melakukan transaksi keuangan. Di Indonesia yang masyarakatnya mayoritas beragama Islam dengan berdirinya Bank Syariah Mandiri diharapkan berdampak pada masyarakat muslim untuk tertarik menggunakan produknya. Tidak terkecuali masyarakat di kabupaten bantul yang masih banyak menggunakan layanan di bank konvensional bahkan lebih parahnya menggunakan jasa rentenir.

Kabupaten Bantul merupakan daerah yang terletak di kawasan selatan Daerah Istimewa Yogyakarta yang berbatasan dengan Kota Jogjakarta di sebelah utara, berbatasan dengan Gunung Kidul di sebelah timur, berbatasan

dengan Kulon Progo di sebelah barat. Bantul merupakan salah satu kabupaten yang ekonomi masyarakatnya banyak bergerak dibidang kerajinan. Ada beberapa daerah yang sudah cukup terkenal akan kerajinannya di daerah ini. Beberapa diantaranya Kasongan dengan gerabahnya, Manding dengan kerajinan kulitnya, Imogiri dengan batiknya, Gilangharjo dengan kerajinan bambunya dan masih banyak lainnya. Sebagian besar masyarakat yang bergerak pada bidang kerajinan ini untuk menopang perekonomian mereka. Adapun jenis usaha ini, merupakan usaha rumahan yang bermodal sedikit atau yang lebih dikenal sebagai usaha kecil.

Beberapa kawasan kerajinan yang ada di Kabupaten Bantul ini, memiliki keunikan sendiri-sendiri dari satu usaha kerajinan dengan kerajinan lainnya. Seperti di daerah kasongan yang sudah puluhan tahun tetap eksis dengan kerajinan gerabahnya. Begitu juga dengan Imogiri dengan batiknya, yang sudah eksis puluhan tahun. Selain sebagai daerah yang bergerak di bidang kerajinan, masyarakat bantul juga banyak yang bekerja sebagai karyawan atau buruh di kota. Hal ini menunjukkan keberagaman corak masyarakat di Kabupaten Bantul yang menarik penulis untuk dijadikan objek penelitian.

Perkembangan bank syariah yang sangat cepat dapat menguji bagaimanakah respon masyarakat Bantul terhadap bank syariah, apakah mereka berminat melakukan transaksi di perbankan syariah atau hanya sekedar tahu bahwa perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang sudah sesuai dengan ajaran Islam.

Salah satu faktor yang paling fundamental dalam mengembangkan produk-produk perbankan syariah pada masyarakat Kabupaten Bantul adalah pengetahuan. Pengetahuan merupakan pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia. Pengetahuan juga merupakan hasil pengolahan dari informasi yang didapat. Informasi dapat diperoleh dari berbagai media massa maupun dari mulut ke mulut. Iklan dalam televisi, majalah, koran, radio, pamphlet merupakan salah satu sumber informasi yang dapat kita cari sendiri atau kita peroleh dari promosi perbankan syariah.

Peran BSM adalah melakukan sosialisasi kepada masyarakat Kabupaten Bantul baik dari segi pengetahuan tentang produk, lokasi perusahaan, citra perusahaan maupun dari segi promosi sehingga masyarakat bantul memiliki keyakinan untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri. Selain sebagai ajang untuk mempromosikan produk, BSM juga berkesempatan untuk berperan aktif dalam membangun dinamika di masyarakat melalui *Corporate Social Responsibility* atau (CSR) guna memberikan kesan positif pada benak masyarakat.

Pengetahuan nasabah akan produk yang ditawarkan tentunya berguna bagi calon nasabah untuk mengetahui macam-macam produk serta manfaat dari masing-masing produk tersebut. Dengan mengetahuinya calon nasabah akan mendapatkan kemudahan untuk memilih produk yang akan digunakannya. Produk itu sendiri adalah kumpulan berbagai macam kategori produk, merek,

terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.³

CSR dapat dianalogikan sebagai fungsi sosial yang ada di perbankan Syariah. Sesuai amanah Peraturan Bank Indonesia (PBI), bank syariah memiliki peran besar terhadap masyarakat dalam fungsi CSR yaitu memberikan dana kepada masyarakat yang belum *Bankable*, kemudian sebagai fungsi lainnya dari penghimpunan zakat, sadaqah, qakaf dan infaq.⁴ Dana yang diperoleh disalurkan kepada mustahik tanpa mengharapkan fungsi promotif atau harapan memperoleh DPK.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Arif Triyono Supriyadi,⁵ Untuk membangun relasi yang lebih baik, biasanya nasabah yang mendapatkan CSR selalu menginfokan kepada kawan-kawan pebisnisnya jadi ada timbal balik kepada bank namun tidak ada paksaan. Untuk calon nasabah bank menerapkan CSR dengan metode turun langsung membantu ke masyarakat dalam bentuk pembangunan masjid, pembagian takjil ketika puasa, memberikan beasiswa kepada yang kurang mampu, walaupun tidak secara langsung mendapatkan hasil tetapi CSR memberikan kesan positif terhadap BSM sehingga perlahan masyarakat memiliki pengetahuan tentang bank dan mulai timbul minat.

³Dwi Rianita Chandra Sari, "Pengaruh Kebutuhan, Pengetahuan, Promosi dan Jaminan Terhadap Preferensi Pembiayaan DI BPRS BDS (Barokah Dana Sejahtera)," *Skripsi* Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2014), hlm. 4.

⁴ Fungsi dari perbankan syariah, selain melakukan fungsi penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat, juga melakukan fungsi sosial yaitu (1) dalam bentuk lembaga baitul maal yang menerima dana zakat, infak, sedekah, hibah, dan lainnya untuk disalurkan ke organisasi pengelola zakat, dan (2) dalam bentuk lembaga keuangan syariah penerima wakaf uang yang menerima wakaf uang dan menyalurkan ke pengelola (*nahzir*) yang ditunjuk.

⁵ Arif Triyono Supriyadi, operation officer Bank Syariah Mandiri cabang Bantul.

Citra yang baik menimbulkan persepsi produk berkualitas, sehingga nasabah mudah memaafkan suatu kesalahan meskipun tidak untuk kesalahan yang berikutnya. Usaha dalam rangka mewujudkan hal ini, banyak perusahaan yang menjalankan program *CSR* dan perubahan logo, namun, citra perusahaan tidak dibentuk dalam waktu sekejap.⁶

Faktor yang tidak kalah penting dalam membangun minat adalah lokasi. Menurut Fajar Laksana, Lokasi adalah tempat dimana organisasi terkait dalam keseluruhan kegiatan yang dilakukan serta dimanfaatkan untuk menyalurkan produk dari produsen kepada konsumen.⁷ Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa lokasi merupakan simpul awal dalam melakukan transaksi sehingga pemilihan lokasi yang tepat dapat menjadi nilai lebih.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ratih Kholishah dalam menganalisis minat konsumen menggunakan produk *shar-e* pada Bank Muamalat Indonesia cabang Yogyakarta memberikan kesimpulan bahwa atribut yang paling berpengaruh terhadap minat konsumen yaitu atribut “investasi halal dan bebas riba” yang tergolong pada atribut rasional keagamaan. Hasil dai penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen dan pemasaran syariah, dimana keuntungan dan ketaatan terrhadap syari’at tetap menjadi prioritas utama.⁸

⁶ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2008), hlm. 17.

⁷ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 159.

⁸ Dwi Ratih Kholishah, “Analisis Minat Konsumen Memilih Produk *Shar-e* pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta”. *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2007). hlm. 110.

Penelitian yang dilakukan Didik Kurniawan menyimpulkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan nilai nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan pemoderasi kepuasan nasabah.⁹

Hasil penelitian dari Fitri Sulistia Abidin Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa berdasarkan 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.¹⁰

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya antara lain. *Pertama*, dari segi sampel yaitu masyarakat di kabupaten Bantul dengan alasan masyarakat di Kabupaten Bantul adalah masyarakat yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan perkonomiannya ditunjang dari segi industry-industri kecil. *Kedua*, dari segi variabel yaitu pengetahuan tentang produk, CSR, citra perusahaan dan lokasi. *Ketiga*, dari segi objeknya yaitu Bank Syariah Mandiri dan mengambil studi kasus di kabupaten Bantul.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penyusun bermaksud untuk mengkaji tentang pengetahuan masyarakat di Kabupaten Bantul terhadap produk, CSR, citra perusahaan dan lokasi yang mempengaruhi minat mereka untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri yang akan kami susun dalam skripsi yang berjudul ***Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk, Corporate Social Responsibility, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap***

⁹ Didik Kurniawan, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas nasabah" *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga, 2013

¹⁰ Fitri Sulistia Abidin, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah" *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga 2014. hlm. 86.

Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengusaha Kabupaten Bantul)

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Uraian diatas maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh pengetahuan tentang produk terhadap minat melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri?
2. Bagaimanakah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap minat melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri?
3. Bagaimanakah pengaruh pengetahuan lokasi terhadap minat melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri?
4. Bagaimanakah pengaruh citra perusahaan terhadap minat melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri?

C. TUJUAN dan MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan penelitian ini antara lain adalah:
 - a. Menjelaskan pengaruh pengetahuan tentang produk terhadap minat masyarakat Kabupaten Bantul dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri.
 - b. Menjelaskan pengaruh *corporate social responsiblity* terhadap minat masyarakat Kabupaten Bantul dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri.

- c. Menjelaskan pengaruh pengetahuan tentang lokasi terhadap minat masyarakat Kabupaten Bantul dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri.
 - d. Menjelaskan pengaruh citra perusahaan terhadap minat masyarakat Kabupaten Bantul dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri.
2. Manfaat penelitian ini antara lain adalah:
- a. Kegunaan ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan dapat dijadikan sebagai rujukan tentang pengaruh pengetahuan tentang produk, *corporate social responsibility*, lokasi, dan citra perusahaan terhadap minat melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri.

- b. Kegunaan terapan

Hasil yang diperoleh dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusun, umumnya bagi instansi yang bersangkutan dan lembaga-lembaga yang berkecimpung dalam ekonomi dan bisnis islami.

D. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Penyusunan skripsi ini akan disajikan dalam sistematika penyusunan dan pembahasan yang terdiri dari lima (5) bab. Bab I adalah pendahuluan.

Menguraikan argumentasi tentang 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 menyetengahkan alasan pentingnya penelitian ini dilakukan, serta sistematika pembahasan untuk memudahkan pengecekan bagian-bagian penelitian.

Bab II menguraikan tentang landasan teori dan kerangka teoritik. Landasan teori yaitu kumpulan dari beberapa teori terdahulu yang digunakan sebagai penguat dalam penelitian ini. Sedangkan kerangka teoritik yaitu menguraikan tentang pokok-pokok landasan penulisan skripsi yang merupakan materi-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik yang meliputi pemasaran yang dimulai dengan pengertian pemasaran, pemasaran perspektif syaiah, *marketing mix*, serta pengertian-pengertian dari tiap variabel yang ada.

Bab III adalah metodologi penelitian yang menjelaskan mengenai jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operational variabel dan teknik analisis data. Karena penelitian ini merupakan penelitian lapangan, maka digambarkan kondisi umum tentang BSM dan kondisi umum tentang Kabupaten Bantul.

Bab IV berisi tentang analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Selanjutnya dilakukan pembahasan mengenai pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen yang diteliti selama periode penelitian.

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



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar (9.021), sedangkan F_{tabel} sebesar (2.47). Jadi F_{hitung} (9.021) > F_{tabel} sebesar (2.47), sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian variabel Pengetahuan tentang produk, CSR, citra perusahaan, lokasi mempengaruhi minat bertransaksi pada Bank Syariah Mandiri.

Sedangkan hasil uji t menunjukkan:

1. Secara parsial pengetahuan tentang produk berpengaruh signifikan terhadap minat melakukan transaksi
2. Secara parsial CSR berpengaruh signifikan terhadap minat melakukan transaksi
3. Secara parsial citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat melakukan transaksi
4. Secara parsial lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat melakukan transaksi

B. Saran

1. Bagi Bank Syariah Mandiri

Persaingan yang semakin ketat tentu menuntut Bank Syariah mandiri untuk mempertahankan dan meningkatkan performa yang baik sehingga mendapat kepercayaan yang luar biasa dari masyarakat. Karena faktor lokasi menjadi variabel yg tidak signifikan secara parsial maka dikemudian hari tidak ada salahnya mencoba metode “jemput bola” dengan mendatangi masyarakat untuk menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penulis menyadari atas keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, sehingga masih banyak hal yang masih perlu dikaji dan diuji kembali terkait penelitian yang penulis lakukan. Beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya:

- a. Menambah variabel independen atau juga dapat memperluas variabel dependen.
- b. Menambah sampel
- c. Studi kasus di tempat yang berbeda

DAFTAR PUSTAKA

1. Al-Qur'an

Surat An-Nahl ayat 90.

Surat Asy syu'araa ayat 181.

Al ahzab ayat 24.

An-nisa ayat 29.

2. Buku

Huda, Nurul, dkk., *Ekonomi Makro Islam (Pendekatan teoritis)*, cet. Ke-2 Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.

Ibrahim Warde, *Islamic Finance (Keuangan Islam Dalam Perekonomian Global)* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Alma, Buchari, dkk., *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Syafi'I Antonio, M, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema insani, 2001.

Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Pangestu Subagyo, Djarwanto. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE UGM, 2000.

J. Stanton, William, *prinsip pemasaran*, alih bahasa Wilhelmus W. Bokowatun, Jakarta; Erlangga, 1991.

F. Engel, James. Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, alih bahasa Budijanto, Edishing, 2012, jlm. 25. isi ke-6, Jakarta; Karisma pub.

Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia. 2012.

P, Ristiyani dan John J.OI Lhalauw, "*Perilaku Konsumen*", Yogyakarta: Penerbit: Andi, 2004.

- Partanto, Pius dan M. Dahlan A, *Kamus Ilmiah Populer* Surabaya: Arkola, 2001.
- Rusdito, Bambang dan Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Bandung: Rekayasa Sains, 2007.
- Yusuf Wibisono, *Membedah Etika Bisnis dan Aplikasi CSR*, (Gresik: Fascho Publishing, 2007.
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Tjiptono, Fandy, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2008
- C. Mowen, John, *Perilaku Konsumen*, alih bahasa Dwi Kartini, edisi ke-5, Jakarta: Erlangga, 2006
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta:BPFE, 2011
- Hadi, Syamsul dan Widyarini, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Manajemen dan Akuntansi*, Edisi ke-1 Yogyakarta: EKONISIA, 2009
- Hadi, Syamsul dan Widyarini, *Metodologi penelitian kuantitatif*
- Soehartono, Irawan Metode Penelitian Sosial. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2000
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2007
- Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: PT Elex Media Computindo, 2000
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005
- Sutojo, Siswanto, *Membangun Citra Perusahaan*, Jakarta: Damar Pustaka Mulia, 2004
- Afandi, Yazid, *Praktikum Statistik SPSS Ver.17, Cet.1*, Yogyakarta: Fak. Syari'ah dan hukum dan Arti Bumi Intaran, 2013

3. Skripsi dan Jurnal

- Rianita Chandra Sari, Dwi, "Pengaruh Kebutuhan, Pengetahuan, Promosi dan Jaminan Terhadap Preferensi Pembiayaan DI BPRS BDS (Barokah Dana Sejahtera)," *Skripsi* Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014
- Ratih Kholishah, Dwi, "Analisis Minat Konsumen Memilih Produk Shar-e pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta". *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2007
- Kurniawan, Didik, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas nasabah" *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga, 2013
- Sulistia Abidin, Fitri, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah" *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga 2014.
- Sheilla Rahma, Eva, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian," Thesis Universitas Diponegoro 2007
- Irfan, Muhammad, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk-Produk BRI Syariah Cabang Yogyakarta (Studi Kasus Pada Masyarakat Ngampilan Yogyakarta)", *skripsi* tidak diterbitkan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2006
- Ma'aruf. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap minat menabung di BMT Bahtera Pekalongan. Semarang: 2013. *Skripsi* Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang
- Fure, Hendra, Lokasi, *Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*, (Manado). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Hertina Novia Sari, Nurita, "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Brand Image, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Suara Merdeka di Kota Semarang", *Jurnal Universitas Diponegoro* 2014
- Yulianto, Firman K, "Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Medan". *Jurnal WACANA* oktober 2010.

4. Internet

[http://www.syariahmandiri.co.id/category/consumer-banking/layanan-syariah-
mandiri-prioritas/](http://www.syariahmandiri.co.id/category/consumer-banking/layanan-syariah-mandiri-prioritas/) akses tanggal 6 juni 2015



Lampiran I

Terjemahan Al-Qur'an

No.	Hlm.	Terjemahan
1.	21.	“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang perbuatan keji , kemungkaran dan permusuha. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”(An-Nahl: 90).
2.	22.	“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kau termasuk orang-orang yang merugikan”. (Asy syu'ara: 181)
3.	22.	“supaya Allah memberikan balasan kepada orang-orang yang benar itu karena kebenarannya, dan menyiksa orang munafik jika dikehendki-Nya, atau menerima taubat mereka. Sesungguhnya Allah adalah maha pengampun lagi maha penyayang”(Al-Ahzab: 24).
4	23.	“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu”. (An-Nisa:29).



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
KEUANGAN ISLAM
YOGYAKARTA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

Kepada:

Yth. Masyarakat Kabupaten Bantul

Assalamu'alaikum wr. Wb

Selamat Pagi / Siang / Sore

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul ***Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk, Corporate Social Reponsibility, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengusaha Kabupaten Bantul)***

Angket ini bukanlah suatu tes, sehingga tidak ada jawaban yang benar atau salah. Jawaban yang paling baik adalah yang paling sesuai dengan keadaan dan pendapat Saudara dan Saudari berikan akan terjamin kerahasiaannya.

Penelitian ini tidak akan berarti tanpa partisipasi Saudara dan Saudari. Dan mengingat pentingnya penelitian ini, maka saya harap lembar jawaban sudah dapat diterima kembali dalam waktu sesegera mungkin untuk pengolahan data selanjutnya.

Atas perhatian dan kesediaan Saudara dan Saudari saya ucapkan terima kasih. Semoga Tuhan memberi balasan yang berlipat. Amin.

Wa salammualaikum wr. Wb

Yogyakarta, 5 Mei 2015

Hormat saya,

Muhammad Iqbal Maulana

KUESIONER

Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk, Corporate Social Responsibility, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Bantul)

Identitas Pribadi

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjawab pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda (√):

1. Nama :
2. Jenis Kelamin a. Laki-laki b.. Perempuan
3. Berapa Usia Anda?
 - a. Dibawah 20 tahun
 - b. 20-29 tahun
 - c. 30-39 tahun
 - d. 40-49 tahun
 - e. 50 tahun keatas
4. Pekerjaan/profesi
 - a. PNS
 - b. Wiraswasta/pedagang
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Lain-lain, sebutkan....
5. Penghasilan perbulan
 - a. < Rp 500.000,00
 - b. Rp 1.000.000,00 s/d Rp 1.900.000,00
 - c. Rp 2.000.000,00 s/d Rp 2.900.000,00
 - d. Rp 3.000.000,00 s/d Rp 4.000.000,00
 - e. > Rp 4.000.000,00

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Mohon baca tiap-tiap pernyataan, kemudian pilih salah satu dari 5 pilihan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda, dengan memberikan tanda ceklis (√) pada :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Bila Anda Netral dengan pernyataan tersebut.

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

NO	Pertanyaan Variabel Pengetahuan Tentang Produk BSM (X1)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Produk produk yang dikeluarkan oleh BSM sudah sesuai dengan ketentuan syariah					
2	Produk yang dikeluarkan BSM dapat mengakomodir kebutuhan masyarakat					
3	Saya memiliki pengetahuan tentang produk-produk yang dikeluarkan oleh BSM					
4	BSM memudahkan transfer dengan layanan BSM <i>net-banking</i>					

NO	Pertanyaan Variabel Corporate Social Responsibility (X2)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	BSM memberikan bantuan di lokasi bencana alam					
2	BSM memberikan bantuan di bidang pendidikan dalam bentuk beasiswa kepada masyarakat					
3	BSM berperan dalam pembangunan dan perbaikan sarana ibadah					
4	BSM turut serta dalam pemeliharaan lingkungan					

NO	Pertanyaan Variabel Citra Perusahaan (X4)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	BSM selalu memberikan yang terbaik untuk para nasabah					
2	BSM selalu menjaga hubungan baik dengan para nasabahnya					
3	Citra perusahaan mempengaruhi saya dalam memilih BSM					
4	Brand dari BSM sendiri mudah di ingat					

NO	Pertanyaan Variabel Lokasi (X3)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Lokasi BSM di Bantul mudah dicapai dengan kendaraan umum					
2	Lokasi BSM di Bantul dekat dengan area perbelanjaan					
3	Arus lalu lintas menuju BSM lancar					

NO	Pertanyaan Variabel Minat Melakukan Transaksi (Y)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pengetahuan saya tentang produk mempengaruhi minat anda melakukan transaksi di BSM					
2	CSR mempengaruhi minat saya melakukan transaksi di BSM					
3	Citra perusahaan mempengaruhi minat saya melakukan transaksi di BSM					
4	Faktor lokasi mempengaruhi minat saya anda melakukan transaksi di BSM					

Terimakasih banyak atas waktu yang anda luangkan untuk berpartisipasi dalam proses pengumpulan data ini,

Selamat beraktifitas kembali

Lampiran III

Hasil Uji SPSS

Hasil uji karakteristik responden.

1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	60	60%
Perempuan	40	40%
Jumlah	100	100%

2. Responden berdasarkan usia

Tabel 4.2

a. Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	11	11 %
20-29 tahun	46	46 %
30-39 tahun	24	24 %
40-49 tahun	17	17 %
50 tahun	2	2 %
Total	100	100 %

3. Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.3

b. Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pns	5	5%
Wiraswasta/pedagang	58	58%
Pegawai Swasta	20	20%
Lain-lain	17	17%
Total	100	100%

4. Responden berdasarkan penghasilan

Tabel 4.4

c. Penghasilan per bulan

Penghasilan per bulan	Jumlah	Persentase
< Rp 500.000	14	14 %
Rp 1.000.000 - Rp 1.900.000	37	37 %
Rp 2.000.000 - Rp 2.900.000	23	23 %
Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	17	17 %
> Rp 4.000.000	9	9 %
Total	100	100 %

5. Hasil data responden

Tabel 4.5

d. Hasil data responden

Keterangan		Jumlah (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	60 %
Usia	20 – 29 tahun	46 %
Pekerjaan	Wiraswasta	58 %
Pendapatan	Rp 1.000.000 - Rp 1.900.000	37 %

A. Uji Validitas

Tabel 4.6

Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1P1	81.6300	19.185	.402	.	.814
X1P2	81.5600	19.522	.315	.	.819
X1P3	81.5300	19.545	.309	.	.819
X1P4	81.5700	19.419	.339	.	.818
X2P1	81.5800	18.691	.515	.	.808
X2P2	81.5900	18.749	.437	.	.812
X2P3	81.4700	19.363	.356	.	.817
X2P4	81.4300	19.439	.345	.	.817
X3P1	81.5100	18.717	.507	.	.809
X3P2	81.3800	19.511	.341	.	.817
X3P3	81.4000	19.212	.408	.	.814
X4P1	81.6600	18.348	.618	.	.803
X4P2	81.5600	19.158	.400	.	.814
X4P3	81.4100	20.042	.205	.	.824
X4P4	81.5200	19.060	.424	.	.813
YP1	81.6700	18.405	.608	.	.803
YP2	81.4500	19.341	.365	.	.816
YP3	81.3300	19.900	.261	.	.821
YP4	81.4700	18.959	.453	.	.812

B. Uji Reliabilitas

Tabel 4.7

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.823	.822	19

C. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.8

1.1 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

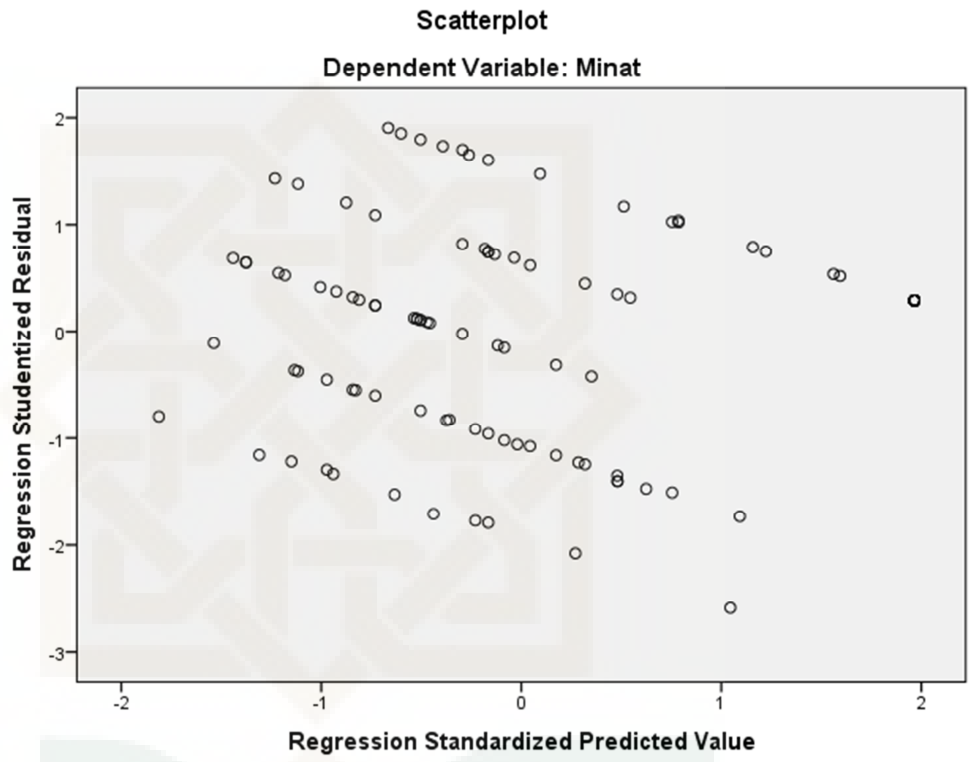
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	1.311	.552		2.374	.020					
Pengetahuan	.268	.108	.253	2.487	.015	.373	.247	.217	.736	1.358
CSR	.024	.128	.022	.185	.039	.353	.019	.016	.522	1.916
Lokasi	.114	.112	.115	1.018	.311	.344	.104	.089	.600	1.666
Citra	.315	.109	.304	2.903	.005	.439	.285	.254	.695	1.438

a. Dependent Variable: Minat

D. Uji heteroskedastisitas

Tabel 4.9

1.2 Uji Heteroskedastisitas



E. Uji Normalitas

Tabel 4.10

1.3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.29347326
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.062
	Negative	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		1.307
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066

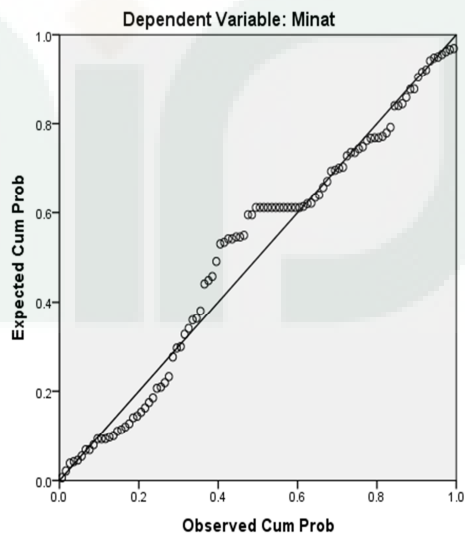
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 4.11

Scaterplot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



F. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.12

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	1.311	.552		2.374	.020					
Pengetahuan	.268	.108	.253	2.487	.015	.373	.247	.217	.736	1.358
CSR	.024	.128	.022	.185	.039	.353	.019	.016	.522	1.916
Lokasi	.114	.112	.115	1.018	.311	.344	.104	.089	.600	1.666
Citra	.315	.109	.304	2.903	.005	.439	.285	.254	.695	1.438

a. Dependent Variable: Minat

G. Uji F (Simultan)

Tabel 4.13

Uji Simultan F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.238	4	.810	9.021	.000 ^b
	Residual	8.527	95	.090		
	Total	11.765	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Citra, Pengetahuan, Lokasi, CSR

H. Koefisien Determinasi

Tabel 4.14

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.525 ^a	.275	.245	.29959

a. Predictors: (Constant), Citra, Pengetahuan, Lokasi, CSR

b. Dependent Variable: Minat

I. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4.15

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	1.311	.552		2.374	.020					
Pengetahuan	.268	.108	.253	2.487	.015	.373	.247	.217	.736	1.358
CSR	.024	.128	.022	.185	.039	.353	.019	.016	.522	1.916
Lokasi	.114	.112	.115	1.018	.311	.344	.104	.089	.600	1.666
Citra	.315	.109	.304	2.903	.005	.439	.285	.254	.695	1.438

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran IV

Curriculum Vitae

1. Data pribadi

Nama : Muhammad Iqbal Maulana
Jenis kelamin : Laki-laki
Tempat,tanggal lahir : Surakarta, 09 September1992
Kewarganegaraan : Indonesia
Status Perkawinan : Belum menikah
Agama : Islam
Alamat : Perum Kasongan Permai jl. Bima D.41, Bantul
HP/e-mail : 085729294666/Iqbaldeadly9@gmail.com

2. Pendidikan

1999-2000 : SD Negeri Kalipucang
2000-2001 : SD Muhammadiyah 16 Solo
2001-2004 : SD Negeri Kasongan
2004-2007 : SMP Negeri 4 Sewon
2007-2010 : MA Negeri 2 Yogyakarta
2010-2015 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta