

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH BANK SYARIAH
(STUDI KASUS PADA NASABAH BNI SYARIAH YOGYAKARTA)**



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 :

**Neneng Nelvi
11390012**

PEMBIMBING :

**JOKO SETYONO, S.E., M.Si
DIAN NURIYAH SOLISSA, SHI., M.Si**

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

2015

ABSTRAK

Keberagaman produk dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan memberikan kesempatan yang luas bagi konsumen untuk memilih lembaga perbankan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah salah satunya adalah bauran pemasaran sedangkan faktor internalnya adalah dari perilaku konsumen yaitu psikologi nasabah. Dengan demikian studi ini akan meneliti pengaruh produk, harga, promosi, lokasi, proses, pegawai, bukti fisik, persepsi, motivasi, dan pembelajaran terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (studi kasus pada nasabah BNI syariah Yogyakarta).

Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan. Penelitian ini menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh produk, harga, promosi, lokasi, proses, pegawai, bukti fisik, persepsi, motivasi, dan pembelajaran secara parsial dan simultan terhadap keputusan nasabah. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah Yogyakarta. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah sedangkan variabel independennya adalah produk, harga, promosi, lokasi, proses, pegawai, bukti fisik, persepsi, motivasi, dan pembelajaran. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara dengan responden.

Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) produk, harga, promosi, lokasi, proses, pegawai, bukti fisik, persepsi, motivasi, dan pembelajaran memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah sebesar 41.2%. Secara parsial atau (Uji t) menunjukkan bahwa produk, harga, dan pembelajaran berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di BNI Syariah. Sedangkan faktor promosi, lokasi, pegawai, proses, bukti fisik, motivasi, dan persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Kata Kunci: Bauran pemasaran, Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Proses, Pegawai, Bukti fisik, Psikologi Konsumen, Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keputusan Nasabah, Bank Syariah, BNI Syatiah.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdri. Neneng Nelvi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalāmu'alaikum wr. wb.

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

Nama : Neneng Nelvi

NIM : 11390012

Judul Skripsi : **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta)”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan/ Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

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

Wassalāmu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 17 Dzulka'idah 1436 H

03 September 2015 M

Pembimbing I

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



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdri. Neneng Nelvi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah 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 Saudari:

Nama : Neneng Nelvi

NIM : 11390012

Judul Skripsi : **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta)”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan/ Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Dzulka'idah 1436 H

03 September 2015 M

Pembimbing II


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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: UIN. 02/K.KUI-SKR/PP.009/299/2015

Skripsi dengan judul: “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA NASABAH BNI SYARIAH YOGYAKARTA)”

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Neneng Nelvi
NIM : 11390012
Telah diujikan pada : 29 September 2015
Nilai ujian tugas akhir : A-

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR:

Ketua Sidang

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

Penguji I

Sunaryati, S.E., M.Si.
NIP. 19751111 200212 2 002

Penguji II

Dr. Ibnu Muhdir, M.Ag.
NIP. 19641112 199203 1 006

Yogyakarta, 29 September 2015

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Fakultas Syari’ah dan Hukum

Dekan



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.

NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Assalāmu'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuhu

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Neneng Nelvi
NIM : 11390012
Program Studi : Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta)”** 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.

Wassalāmu'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuhu

Yogyakarta, 17 Dzulka'idah 1436 H
03 September 2015 M

Penyusun



Neneng Nelvi
NIM. 11390012

MOTTO

Dream, Believe, Achieve

Know More. Do More. Do Better.



HALAMAN PERSEMBAHAN

For my parents : Succes is in my stride, because I have
parents like you by my side. Thanks for everything.



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	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	ᶕ ^a #	ka dan ha
د	Dāl	ḍ	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ص	Syīn	ᶜ ¹	es dan ye
ض	Šād	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ذ	Dād	d	de (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	,	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	<i>'illah</i>
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>

فعل	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكر	Kasrah	ditulis	<i>zūkira</i>
يذهب	Ḍammah	ditulis	<i>yāzhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنسى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بينكم	ditulis	<i>Ai</i>
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قول	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>
لَنْ شَكَرْتُمْ	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

السَّمَاءِ	ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْسِ	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الحمد لله رب العلمين، أشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أن محمدًا عبده ورسوله.
اللهم صل و سلم على أشرف الانبياء والمرسلين، وعلى اله و صحبه أجمعين.

Dengan menyebut *asma* Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur hanya kepada Allah SWT atas segala hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta)”**.

Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah kehadiran junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Dalam penyusunannya, skripsi ini tidak lepas dari bantuan, petunjuk serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun merasa perlu untuk menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Akh. Minhaji, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Sunaryati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
5. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku pembimbing I, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi.
6. Ibu Dian Nuriyah Solissa S.H.I., M.Si. yang sudah membimbing penulis untuk lebih teliti dalam penulisan dan juga banyak memberikan saran mengenai teori ke-Islaman.
7. Ibu Dra. Hj. Widyarini, MM selaku dosen pembimbing akademik.
8. Segenap Staf Tata Usaha Prodi Keuangan Islam dan Staf Tata Usaha Fakultas Syariah dan Hukum yang memberi kemudahan administratif bagi penyusun selama masa perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.
9. Ibu Mainis dan Bapak Hasan yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, dan dukungan baik moriil maupun materiil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Hasil karya ananda yang sederhana ini untuk Ibunda dan Ayahanda tercinta.
10. Adikku Anisah dan Inees yang selalu mendoakan, dan terus memberikan motivasi untuk menjadi orang yang sukses, bertanggung jawab dan lebih baik lagi.
11. Azka, Icca, Indah, Alin, Shofa, Peni, Wulan, Fa'i, dan Ma'il yang tidak pernah bosan memberikan nasihat, dukungan, perhatian, dan memberikan yang terbaik bagi kelancaran skripsi penulis.

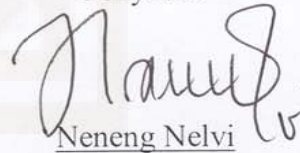
12. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa memberikan nasihat, saran dan solusi selama penelitian : seluruh mahasiswa Keuangan Islam angkatan 2011, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Akhirnya, penulis hanya dapat mendoakan semoga Allah memberikan balasan yang terbaik. Penulisan skripsi ini tentunya masih jauh dari kesempurnaan, namun penulis berharap karya ini dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan khususnya bagi perkembangan Ekonomi Islam.

Alḥamdu lillāhi Rabbil ‘ālamīn

Yogyakarta, 17 Dzulka'idah 1436 H
03 September 2015 M

Penyusun



Neneng Nelvi
NIM. 11390012

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka	11
B. Landasan Teoritik	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Manajemen Pemasaran Syariah	14
3. Perilaku Konsumen.....	15
4. Perilaku Konsumen dalam Islam	16
5. Faktor Eksternal (Bauran pemasaran Jasa).....	18
a. Produk	20
b. Harga	21
c. Promosi	23
d. Lokasi	24
e. Pegawai	25
f. Proses	27
g. Bukti Fisik	28
6. Faktor Internal (Psikologi Konsumen)	29
a. Motivasi	29
b. Persepsi	33
c. Pembelajaran	35
7. Keputusan Nasabah.....	36
8. Bank Syariah	36
9. BNI Syariah.....	38

C. Hipotesis.....	40
-------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	50
B. Populasi dan Sampel	50
1. Populasi.....	50
2. Sampel	51
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	52
D. Data dan Teknik Pengumpulan Data	53
E. DefInisi Operasional Variabel dan Instrumen Penelitian	53
1. Variabel Independen	53
2. Variabel Dependen.....	57
3. Instrumen Penelitian	57
4. Teknik Pengukuran Instrumen.....	53
F. Teknik Analisis Data	60
1. Analisis Deskriptif	60
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	60
3. Uji Asumsi Klasik	62
a. Uji Normalitas	62
b. Uji Multikolinieritas.....	63
c. Uji Heteroskedastisitas	63
4. Analisis Regresi Linear Berganda	64

5. Uji Persamaan Regresi	65
a. Uji Signifikan Simultan	65
b. Uji Koefisien Determinasi	66
c. Uji Signifikan Parsial.....	66

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengumpulan Data.....	68
B. Gambaran Umum Responden.....	68
C. Analisis Data	72
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	72
2. Uji Asumsi Klasik	74
a. Uji Normalitas	74
b. Uji Multikolinieritas	75
c. Uji Heteroskedastisitas	76
3. Uji Regresi Linear Berganda	78
a. Uji Signifikan Silmultan.....	78
b. Uji Koefisien Determinasi.....	79
c. Uji Signifikan Parsial	80
D. Pembahasan	87
1. Pengaruh variabel produk terhadap keputusan	87
2. Pengaruh variabel harga terhadap keputusan	88
3. Pengaruh variabel promosi terhadap keputusan	90
4. Pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan	91

5. Pengaruh variabel pegawai terhadap keputusan	93
6. Pengaruh variabel proses terhadap keputusan	95
7. Pengaruh variabel bukti fisik terhadap keputusan	97
8. Pengaruh variabel motivasi terhadap keputusan	98
9. Pengaruh variabel persepsi terhadap keputusan	99
10. Pengaruh variabel pembelajaran terhadap keputusan	101
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	103
B. Saran-saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	I

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 2.1 Bauran Pemasaran Jasa	19
2. Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	57
3. Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
5. Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
6. Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	71
7. Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	72
8. Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	74
9. Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	75
10. Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser	77
11. Tabel 4.9 Hasil Uji Signifikan Simultan	78
12. Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79
13. Tabel 4.11 Hasil Uji Signifikan Parsial	80
14. Tabel 4.12 Kesimpulan Hasil Uji Hipotesis	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	16
2. Gambar 2.2 Hierarki Kebutuhan Pokok.....	31
3. Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot.....	76



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Terjemahan Al-Qur'an	I
2. Kuesioner	IV
3. Profil BNI Syariah	
a. Sejarah BNI Syariah	IX
b. Visi dan Misi	X
4. Profil Responden	XII
5. Hasil Kuesioner	XV
6. Hasil SPSS Profil Responden	XXIV
7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	XXVI
8. Hasil Uji Asumsi Klasik dan Regresi	
a. Hasil Uji Normalitas	XXXIII
b. Hasil Uji Multikolinearitas	XXXIII
c. Hasil Uji Heteroskedastisitas	XXXIV
d. Hasil Uji Koefisien Determinasi	XXXV
e. Hasil Uji F	XXXV
f. Hasil Uji t	XXXV
9. Tabel F	XXXVII
10. Tabel R	XXXVIII
11. Tabel t	XXXIX

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan keuangan syariah dunia telah bertumbuh dengan pesat, terlihat dari total aset sebesar US\$137 milyar di tahun 1996, dan diperkirakan telah mencapai US\$1.8 triliun pada tahun 2013 atau sekitar 13 kali lipat dalam kurun waktu 17 tahun. Walaupun begitu, menurut McKinsey Global Institute total aset keuangan global tahun 2012 mencapai US\$225 triliun dan jika diasumsikan pertumbuhannya sebesar 5%, maka total aset keuangan global tahun 2013 menjadi US\$236 triliun, sehingga total aset keuangan syariah global hanya mencapai 0.8%, meskipun di beberapa negara pangsa pasar keuangan syariahnya telah mencapai diatas 20% dari total sistem keuangannya.¹

Selain itu berdasarkan laporan dari penilaian Ernst & Young dalam *World Islamic Banking Competitiveness Report 2013-2014*, GIFR *report 2013* dalam Mulya E Siregar terkait perkembangan keuangan syariah internasional, Indonesia bersama Malaysia, Saudi Arabia, UAE termasuk dalam negara yang akan menjadi “*the driving*

¹ Deputi Komisioner Pengawas Bank 1 Otoritas Jasa Keuangan Mulya E Siregar, “Siaran Pers OJK Gelar Konferensi Internasional Keuangan Syariah Di Surabaya, 3–4 November 2014”, *Otoritas Jasa Keuangan*, No. SP-35/DKNS/OJK/11/2014, hlm. 1.

factors behind the next big wave in Islamic finance in the world” maupun menjadi referensi pengembangan keuangan syariah dunia.²

Keberagaman produk dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan tidak hanya memberikan kesempatan yang lebih luas bagi konsumen untuk memilih lembaga perbankan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, namun juga menimbulkan keraguan karena terlalu banyak pilihan yang ditawarkan oleh lembaga perbankan tersebut. Disisi lain, kegemaran konsumen untuk mencari informasi dari berbagai sumber sebelum memutuskan memilih sebuah bank merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan perusahaan.

Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.³ Pada tanggal 19 Juni 2010 BNI Syariah diresmikan sebagai Bank Umum Syariah (BUS).

Pada Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 *Payment*

² Deputi Komisioner Pengawas Bank 1 Otoritas Jasa Keuangan Mulya E Siregar, “Siaran Pers OJK Gelar Konferensi Internasional Keuangan Syariah Di Surabaya, 3–4 November 2014”, *Otoritas Jasa Keuangan*, No. SP-35/DKNS/OJK/11/2014, hlm.1.

³ <http://www.bnisyariah.co.id/en/sejarah-bni-syariah>, diakses pada tanggal 29 Juni 2015, pukul 10.00 WIB.

Point.⁴ Mengikuti perkembangan BNI Syariah, di tahun 2015 BNI Syariah mendapat banyak penghargaan salah satunya sebagai salah satu bank syariah yang memiliki *brand* terbaik. BNI Syariah meraih penghargaan sebagai *Silver Brand Champion of Most Popular Brand* di tahun 2013, *Indonesia Banking Award 2014* kategori *The Most Reliable Bank* oleh Koran Tempo, hingga *Top Brand Award 2015 – Category Sharia Bank* oleh Frontier dan Majalah Marketing.⁵ Sebagai bank syariah dengan predikat paling populer dan merek terbaik, tentunya hal ini menunjukkan bahwa BNI Syariah dapat menarik minat masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah BNI Syariah.

Selain itu, BNI Syariah juga mendapat penghargaan sebagai Perbankan Indonesia 2013 - *Human capital, Marketing & Information Technology, Delivering Positive Customer Experience - Excellent Service Experience Award 2013 dan 2014* oleh Bisnis Indonesia & Carre, kemudian *Service Quality Award 2015 – Sharia Banking*, dan *Best Syariah 2015* sebagai Bank Syariah Terbaik Aset di Atas Rp 10 Triliun oleh Majalah Investor.⁶ Hal tersebut menunjukkan bahwa BNI Syariah terus berusaha untuk meningkatkan kinerjanya sehingga menjadi Bank Syariah terbaik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya.

⁴ <http://www.bnisyariah.co.id/en/sejarah-bni-syariah>, diakses pada tanggal 29 Juni 2015, pukul 10.00 WIB.

⁵ <http://www.bnisyariah.co.id/awards>, akses 24 agustus 2015 pukul 11.41 WIB.

⁶*Ibid.*

Dengan melihat makin ketatnya persaingan di dunia perbankan tersebut, maka bank syariah harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Prospek industri perbankan yang semakin meningkat menuntut lembaga perbankan memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produk dan layanan perbankannya. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mendukung adalah penggunaan bauran pemasaran. Faktor – faktor dalam bauran pemasaran yaitu 4P yang terdiri dari *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Namun seiring perkembangan zaman, untuk jasa keempat faktor tersebut dirasa masih kurang sehingga ditambahkan tiga unsur lagi yaitu *people*, *process*, dan *physical evidence*.

Dalam proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor bauran pemasaran merupakan faktor eksternal sedangkan faktor internal yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah faktor psikologis konsumen yang terdiri dari motivasi, kepribadian, pembelajaran, persepsi, dan sikap.

Perbankan syariah dapat dikategorikan sebagai jenis industri baru yang mempunyai daya tarik cukup tinggi. Dari hasil penelitian sebelumnya diketahui bahwa faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya dengan bank syariah adalah ketaatan mereka terhadap prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam.⁷ Namun pada perkembangannya terjadi perdebatan atas teori tersebut, sekelompok peneliti berdasarkan hasil penelitian

⁷ Metawa & Almossawi, "Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications," *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16 (7), (1998), hlm. 299-313.

mereka menyatakan bahwa alasan utama yang menyebabkan nasabah tetap loyal pada bank syariah adalah didasari oleh faktor ekonomi yaitu pelayanan yang cepat, kerahasiaan bank, keramahan staf, lokasi, serta keunggulan dan variasi produk.⁸

Dalam penelitian sebelumnya juga menyatakan bahwa faktor reputasi, pelayanan, dan kondisi keuangan bank menjadi faktor utama dalam pemilihan suatu bank.⁹ Meskipun sistem bank syariah masih dalam tahap perkembangan, bank dengan sistem Islam ini telah banyak menarik minat masyarakat lokal maupun internasional.

Melihat kenyataan tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui kriteria nasabah dalam memutuskan untuk menjadi nasabah suatu bank syariah. Luasnya cakupan perilaku konsumen dan banyaknya pilihan perbankan syariah yang semakin kompetitif dalam menarik minat masyarakat membuat penelitian ini menarik untuk diteliti. Penelitian terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sudah banyak dilakukan, maka perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel independen yang digunakan yaitu dari faktor eksternal keputusan yaitu bauran pemasaran jasa dan faktor internalnya yaitu motivasi, persepsi, dan pembelajaran. Oleh sebab itu, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan**

⁸ Haron & N.Ahmad, “The Effects of Conventional Interest Rate and Rate of Profit on Funds Deposited with Islamic Banking System in Malaysia,” *International Journal of Islamic Financial Services*, Volume 1 No.3, 2000, hlm. 1-15.

⁹ Khaliq Ahmad, “Brand Preference in Islamic Banking,” *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 2 No. 1, (Emerald Group Publishing Limited, 2011), pp. 74-82.

Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok masalah yang akan dianalisa yaitu:

1. Apakah ada pengaruh antara produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
2. Apakah ada pengaruh antara harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
3. Apakah ada pengaruh antara promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
4. Apakah ada pengaruh antara lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
5. Apakah ada pengaruh antara pegawai bank terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
6. Apakah ada pengaruh antara proses terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
7. Apakah ada pengaruh antara bukti fisik terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?

8. Apakah ada pengaruh antara motivasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
9. Apakah ada pengaruh antara persepsi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
10. Apakah ada pengaruh pembelajaran terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

- a. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
- b. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
- c. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
- d. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
- e. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara pegawai bank terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

- f. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara proses terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - g. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara bukti fisik terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - h. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara motivasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - i. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara persepsi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
 - j. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara pembelajaran terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
2. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

a. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi bank syariah dalam membantu menarik minat calon nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

b. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menambah informasi dan pengetahuan bagi akademisi lain.

D. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan penelitian ini akan terbagi menjadi empat bab, masing-masing terbagi lagi menjadi sub-sub bab yang bersifat saling mendukung dan menjelaskan bab-bab itu sendiri. Adapun rumusan sistematikanya adalah sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan, yang meliputi latar belakang penelitian ini menarik untuk diteliti, pokok masalah yang akan diteliti, tujuan dan kegunaan penelitian bagi akademis dan dunia praktis. Bab ini adalah pedoman dalam pembahasan yang akan menjadi kajian dalam penelitian skripsi kedepannya.
2. Bab II Landasan teori, yang berisi yaitu *pertama*, telaah pustaka dengan membuat perbedaan-perbedaan penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan. *Kedua*, landasan teoritik yang menguraikan teori-teori yang digunakan berkaitan dengan topik penelitian ini. *Ketiga*, menjelaskan landasan teori yang berisi kesimpulan dari telaah pustaka yang digunakan untuk menyusun hipotesis.
3. Bab III Metode penelitian, yang berisi tentang metode yang digunakan dalam penelitian, antara lain populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknis analisis data.
4. Bab IV Pembahasan, merupakan inti dari penelitian yang menganalisa dan menyajikan data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

5. Bab IV Penutup, yang berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah, saran-saran dan kata penutup.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan yang diuraikan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan ada pengaruh antara variabel produk, harga, promosi, lokasi, pegawai, proses, bukti fisik, motivasi, persepsi, dan pembelajaran terhadap keputusan nasabah memilih menabung di BNI Syariah Yogyakarta. Tingkat pengaruh secara simultan tersebut sebesar 41, 2 %. Artinya seluruh variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan keputusan nasabah menabung di BNI Syariah sebesar 41, 2% dan sisanya sebesar 58,8% dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Secara parsial produk, harga, dan pembelajaran berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di BNI Syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung produk $2.928 > t$ tabel 1.983 , t hitung harga $2.465 > t$ tabel 1.983 , dan t hitung pembelajaran $2.112 > t$ tabel 1.983 . Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa nasabah memutuskan memilih BNI Syariah sebagai tempat bertransaksinya karena faktor produknya yang beragam, bagi hasil yang kompetitif dan adil, serta pembelajaran nasabah atas informasi yang ada.

3. Faktor promosi, lokasi, pegawai, proses, bukti fisik, motivasi, dan persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung promosi $0.283 < t$ tabel 1.983 , t hitung lokasi $1.754 < t$ tabel 1.983 , t hitung pegawai $0,967 < t$ tabel 1.983 , t hitung proses $0.661 < t$ tabel 1.983 , t hitung bukti fisik $0.177 < t$ tabel 1.983 , t hitung motivasi $0.734 < t$ tabel 1.983 , dan t hitung persepsi $< t$ tabel 1.983 . Dari hasil ini disimpulkan bahwa faktor promosi, lokasi, pegawai, proses, dan bukti fisik bukanlah keunggulan bank syariah yang dipertimbangkan nasabah ketika memutuskan untuk menabung di BNI Syariah. Motivasi dan persepsi nasabah terhadap BNI Syariah juga masih kurang sehingga bukan menjadi faktor nasabah memilih BNI Syariah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan atas penelitian ini, maka penulis mengajukan saran terhadap pihak-pihak terkait antara lain:

1. Bagi Bank Syariah

Nasabah bank syariah umumnya memiliki preferensi masing-masing dalam memilih bank syariah. Selama bank syariah ini memiliki ciri khas tersendiri, nasabah akan tetap memutuskan mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan.

Bagi nasabah BNI syariah, faktor produk dan harga merupakan faktor yang paling dominan bagi keputusan nasabah sehingga keberagaman produk dan keadilan harga ini sebaiknya dipertahankan. Jika nasabah merasa kinerja

ciri khas ini menurun atau hilang, akan dimungkinkan nasabah beralih pada bank syariah lainnya. Selain itu pembelajaran nasabah juga merupakan variabel yang berpengaruh positif signifikan. Nasabah umumnya paham tentang informasi kesyariahan dan informasi tentang BNI Syariah, sehingga pihak bank hendaknya mempertahankan informasi yang baik pada pandangan masyarakat sehingga mampu menarik minat calon nasabah baru.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya yang masih berminat untuk melanjutkan atau mengambil tema yang sama dengan penelitian ini diharapkan untuk bias menyempurnakannya. Keterbatasan penelitian ini adalah pada instrumen-instrumen penelitian. Instrumen penelitian sudah mewakili variabel yang akan diteliti, namun akan lebih baik apabila instrument ditambah sehingga hasil penelitian dapat lebih memuaskan. Selain itu, variabel baru juga dapat ditambahkan dengan harapan penelitian ini dapat lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* cet. ke-10, Jakarta: CV. Diponegoro, 2010.

Buku

Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.

Asnawi dan Masyhuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-MALIKI PRESS. 2011.

Balkiah, Tengku Ezni dan Hapsari Setyowardhani. *Perilaku Konsumen*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka. 2014.

Ferrinadewi, Erna. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu. 2008.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Undip. 2005.

----- . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011.

Gunara, Thotik dan Utus Sudiby. *Marketing Muhammad SAW*. Bandung: Madani Prima. 2008.

Hadi, Syamsul. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia. 2006.

Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia. 2010.

Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006.

Hasibuan, Malayu. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta: Bumi Aksara. 1996.

Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE. 2011.

- Kashmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2008.
- , *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media. 2005.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Penerbit Mizan. 2006.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Jilid I*. Alih bahasa Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga. 1988.
- Leksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran-Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.
- Lovelock, Christopher. *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia Jilid I*. Alih bahasa Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera. Jakarta: Erlangga. 2010.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. 2009.
- Murcitaningrum, Suraya. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandar Lampung: Ta'lim Press. 2013.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press. 1997.
- Ridwan. *Rumus dan Data dalam Analisa Statistika*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Saladin, Djaslim. *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju. 1991.
- Santoso, Singgih. *Mastering SPSS Versi 19*. Jakarta : Gramedia. 2011.
- Sekaran, Uma. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Buku I*. Jakarta: Salemba Empat. 2007.
- Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran Jilid I*. Alih bahasa Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga. 1984.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrativ*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- . *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Sunyoto, Danang. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu. 2012.
- Umar, Husein. *Research Method in Finance and Banking*. Jakarta: Gramedia. 2002.
- Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Widyarini. *Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Fakultas Syaria'ah dan Hukum Press UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2010.
- Winardi. *Aspek-aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. Bandung: Mandar Maju. 1989.
- Yazid. *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasinya*. Yogyakarta: Ekonisia. 2008.

Jurnal dan Skripsi

- Ahmad Roziq, "Variabel Penentu Dalam Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember." *Jurnal JEAM* Vol XII No. 1/ 2013, ISSN: 1412-5366, hlm. 1-24.
- Amir Mu'allimin, "Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Al-Mawarid* Edisi X, Universitas Islam Indonesia, (Tahun 2003), hlm. 22.
- Asyharul Umam, "Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Syariah Mandiri (BSM)

Cabang Pati,” *Skripsi* Sarjana Universitas Islam Negeri sunan Kalijaga Yogyakarta (2013).

Deputi Komisioner Pengawas Bank 1 Otoritas Jasa Keuangan Mulya E Siregar, “Siaran Pers OJK Gelar Konferensi Internasional Keuangan Syariah Di Surabaya, 3–4 November 2014”, *Otoritas Jasa Keuangan*, No. SP-35/DKNS/OJK/11/2014, hlm. 1-2.

Dewi Urip Wahyuni, “Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Universitas Kristen Petra, Vol. 10, No. 1, (Maret 2008), hlm. 30-37.

Dr. Syed Akif Hasan dan Dr. Muhammad Imtiaz Subhani dan Ms. Amber Osman, “Consumer Criteria for the Selection of an Islamic Bank : Evidence from Pakistan”, *International Research Journal of Finance and Economics (IRJFE)*, No. 94, (MPRA Paper, 2012), hlm.1-9.

Firman Yulianto K dan Agung Yuniarinto dan Surachman, “Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”, *Wacana Vol. 13 No. 4r*, (ISSN. 1411-0199, Oktober 2010), hlm. 537-551.

Ghozali Maski, “Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang”, *Journal of Indonesian Applied Economics*, Universitas Brawijaya, Vol. 4 No. 1 Mei 2010, hlm. 43-57.

Haron, S. & N.Ahmad, “The Effects of Conventional Interest Rate and Rate of Profit on Funds Deposited with Islamic Banking System in Malaysia,” *International Journal of Islamic Financial Services*, Volume 1 No.3, (2000), hlm. 1-15.

Himatus Sholihah, Syarif Imam Hidayat dan Nuriah Yuliati, “Persepsi Dan Sikap Nasabah Dalam Memperoleh Kredit Usaha Agribisnis Pada Bank Konvensional Dan Bank Syariah,” *JSEP*, UPN “Veteran” Jawa Timur, Vol. 7 No. 1 Juli 2014, hlm. 24-31.

- Jeni Raharjani , “Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)”, *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol 2 No. 1 (Januari 2005), hlm. 1-15.
- Khaliq Ahmad, “Brand Preference in Islamic Banking,” *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 2 No. 1, (Emerald Group Publishing Limited, 2011), pp. 74-82.
- Lailatus Sembadra Prihastha, “Persepsi, Perilaku, Dan Preferensi Masyarakat Tulungagung terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung”, *Skripsi IAIN Tulungagung*, 2015, hlm.114.
- Laporan Tahunan BNI Syariah 2013, *BNIS-AR-2013_webversion_low.pdf*, hlm. 39-40.
- Metawa & Almosawi, “Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications,” *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16 (7), (1998), hlm. 299-313.
- Machrani Rinanda Bilondatu, “Motivasi, Persepsi, dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Sepeda Motor Yamaha di Minahasa,” *Jurnal EMBA*, Universitas Sam Ratulangi Manado, Vol. 1 No. 3, ISSN 2303-1174, (September 2013), hlm. 710-720.
- Mohua Roy dan Sarif Mohammad Khan, “The Impact of Service Marketing Mixes on Customer Perception Regarding Modern Banking (A Study on Trust Bank Limited , Khulna Branch),” *European Journal of Business and Management*, ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.7, No.1, (2015), hlm. 214-222.
- Rezwan Mahmood and Sarif Mohammad Khan, “Impact of Service Marketing Mixes on Customer perception: A Study on Eastern Bank Limited, Bangladesh,” *European Journal of Business and Management*, ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.6, No.34, (2014), hlm. 164-173.

- Rizki Amalia, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Matahari Departemen Store Lembuswana Samarinda,” *eJournal Administrasi Bisnis*, ISSN 0000-0000 , ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id © *Copyright* 2013,1 (4): hlm. 269-284.
- Toni Prasetyo Utomo, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)”, *Jurnal Ilmiah*, Universitas Brawijaya Malang, 2014, hlm. 1-24.
- Yanuar Pristanto et al. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Pada Hotel Bintang Mulia”, *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa*, (2012), I (1): 1-6.
- Yayan Fauzi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Kasus Pada BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)”, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2010).

Website

- BNI Syariah, “*BNI Syariah Awards*”, <http://www.bnisyariah.co.id/awards>, akses 24 agustus 2015 pukul 11.41 WIB.
- BNI Syariah, “*Sejarah BNI Syariah*”, <http://www.bnisyariah.co.id/en/sejarah-bni-syariah>, diakses pada tanggal 29 Juni 2015, pukul 10.00 WIB.

LAMPIRAN I

TERJEMAHAN AL-QUR'AN

No	Halaman	Surat	Terjemahan
1	15	An Nisaa' (4) : 29	<i>Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.</i>
2	18	Al Israa' (17) : 27	<i>Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.</i>
3	21	Al Hajj (22) : 12	<i>Ia menyeru selain Allah, sesuatu yang tidak dapat memberi mudharat dan tidak (pula) memberi manfaat kepadanya. Yang demikian itu adalah kesesatan yang jauh.</i>
4	22	Al Maa'idah (5) : 1	<i>Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu.</i>
5	23	Al Hajj (22) : 30	<i>...Dan telah dihalalkan bagi kamu semua binatang ternak, terkecuali yang diterangkan kepadamu keharamannya, maka jauhilah olehmu berhala-berhala yang najis itu dan jauhilah perkataan-perkataan dusta.</i>
6	25	An Nahl (16) : 68	<i>Dan Tuhanmu mewahyukan kepada lebah: "Buatlah sarang-sarang di bukit-bukit, di</i>

			<i>pohon-pohon kayu, dan di tempat-tempat yang dibikin manusia"</i>
7	26	Ali 'Imran (3) : 159	<i>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.</i>
8	28	Al Baqarah (2) : 185	<i>...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu...</i>
9	29	At Takaatsur (102) : 1-5	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Bermegah-megahan telah melalaikan kamu</i> 2. <i>sampai kamu masuk ke dalam kubur.</i> 3. <i>Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu),</i> 4. <i>dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui.</i> 5. <i>Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin</i>
10	32	Al Baqarah (2) : 266	<i>Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang</i>

			<i>dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayatnya kepada kamu supaya kamu memikirkannya.</i>
11	34	Al Hujuraat (49) : 12	<i>Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain...</i>
12	35	Al Israa' (17) : 36	<i>Dan janganlah kamu mengikuti apa-apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabannya</i>

- Usia : a. Kurang dari 20 tahun
 b. 20 - 30 tahun
 c. 31 - 40 tahun
 d. 41 – 50 tahun
 e. Lebih dari 50 tahun
- Pekerjaan saat ini : a. PNS
 b. Pegawai Swasta
 c. Wiraswasta
 d. Pelajar
 e. Lainnya,
- Penghasilan per bulan : a. Kurang dari Rp 1.000.000
 b. Antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 c. Antara Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000
 d. Lebih dari Rp 4.000.000

II. Pertanyaan

Berikan tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang Bapak/Ibu pilih.

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju TS : Tidak Setuju
 S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

1. Produk

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Tabungan yang ditawarkan BNI Syariah sangat menarik				
2.	BNI Syariah memiliki produk tabungan yang beragam				
3.	Tabungan yang ditawarkan BNI Syariah sesuai dengan prinsip syariah				

2. Harga

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Sistem bagi hasil yang diterapkan BNI Syariah sesuai dengan prinsip syariah				
2.	Porsi bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah adil				
3.	Biaya-biaya yang dikenakan kepada nasabah wajar				

3. Promosi

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Brosur BNI Syariah jelas dan menarik nasabah untuk menabung di BNI Syariah				
2.	BNI Syariah memberikan penjelasan yang jelas kepada nasabah tentang produk yang ditawarkan				
3.	Saya memilih BNI Syariah karena citra BNI Syariah yang baik di kalangan masyarakat				

4. Lokasi

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Lokasi BNI Syariah mudah dijangkau				
2.	Lokasi BNI Syariah strategis (dekat sarana umum)				
3.	Distribusi mesin ATM BNI Syariah tersebar dimana-mana				

5. Orang/ Pegawai

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Pegawai BNI Syariah terampil dan sopan dalam melayani nasabah				

2.	Pegawai BNI Syariah handal dalam menanggapi keluhan nasabah				
3.	Pegawai BNI Syariah berpenampilan menarik				

6. Proses

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Proses pembuatan rekening tabungan mudah				
2.	Pegawai teliti dalam memenuhi kebutuhan nasabah				
3.	Antrian dalam meakukan transaksi cepat				

7. Bukti Fisik

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	BNI Syariah memiliki ruang tunggu yang nyaman				
2.	Teknologi yang digunakan BNI Syariah modern				
3.	BNI Syariah memiliki tempat parkir yang memadai				

8. Motivasi

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Menabung di BNI Syariah lebih terjamin keamanannya				
2.	Adanya rekomendasi dari keluarga, teman, dan lingkungan sosial untuk menabung di BNI Syariah				
3.	Menabung di BNI Syariah karena adanya kebutuhan pribadi				

9. Persepsi

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Merek/ citra BNI Syariah terkenal baik				
2.	BNI Syariah menerapkan akad-akad yang sesuai prinsip syariah				
3.	Menabung di BNI Syariah banyak manfaatnya				

10. Pembelajaran

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengetahui prinsip-prinsip syariah yang ada				
2.	Saya telah mencari informasi tentang BNI Syariah dan produk-produknya				
3.	Saya telah mengetahui akad-akad yang diterapkan BNI Syariah				

11. Keputusan Nasabah

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya menabung di BNI Syariah karena sesuai dengan keinginan saya				
2.	Saya yakin dalam memilih BNI Syariah sebagai bank saya				
3.	Saya akan terus menggunakan BNI Syariah sebagai bank saya dan akan merekomendasikannya kepada orang lain				

TERIMAKASIH

WASSALAMU' ALAIKUM Wr.Wb.

LAMPIRAN III

PROFIL BNI SYARIAH

A. Sejarah BNI Syariah

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off

tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.

B. Visi dan Misi

Visi BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

Misi BNI Syariah :

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.

5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.



LAMPIRAN IV**PROFIL RESPONDEN**

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Penghasilan
1	2	3	3	2
2	2	4	3	2
3	1	4	3	4
4	1	3	3	3
5	2	4	3	4
6	1	5	1	4
7	2	3	2	2
8	2	2	5	2
9	2	4	3	1
10	1	4	2	2
11	1	5	5	3
12	2	2	4	2
13	1	3	2	4
14	1	2	5	2
15	1	3	2	2
16	1	3	3	2
17	1	2	4	1
18	2	5	3	4
19	1	3	2	3
20	2	2	4	1
21	2	2	2	1
22	2	2	1	1
23	2	2	1	1
24	1	2	1	1
25	2	2	3	1
26	1	2	5	2
27	1	3	2	3
28	2	2	4	1
29	2	3	3	2
30	1	2	4	1
31	2	2	5	3
32	1	2	4	1

33	1	3	1	4
34	2	2	4	2
35	2	2	4	1
36	1	4	1	3
37	2	2	5	1
38	1	2	3	2
39	1	2	2	2
40	1	3	2	3
41	2	2	4	1
42	1	3	2	2
43	2	4	2	4
44	1	5	3	3
45	2	4	3	2
46	1	4	1	3
47	1	5	2	4
48	1	1	4	1
49	2	2	2	2
50	2	5	3	4
51	1	4	2	1
52	1	4	5	2
53	2	4	2	3
54	1	3	2	1
55	2	2	2	2
56	2	3	1	4
57	1	3	3	3
58	1	2	2	2
59	1	2	4	1
60	1	2	2	2
61	2	2	4	1
62	2	4	3	2
63	1	5	5	3
64	2	2	5	1
65	2	4	3	4
66	2	2	2	2
67	2	5	5	2
68	2	1	4	1

69	2	3	2	2
70	1	2	2	3
71	2	2	2	3
72	2	2	5	1
73	1	2	2	1
74	1	2	2	2
75	2	2	3	1
76	1	4	3	4
77	2	3	3	2
78	1	3	3	2
79	2	3	5	2
80	1	2	4	1
81	2	2	4	1
82	2	2	4	1
83	2	2	4	1
84	2	2	4	1
85	1	2	4	1
86	2	2	4	2
87	1	5	2	4
88	2	2	2	2
89	2	4	3	2
90	2	2	5	2
91	2	3	5	2
92	2	2	5	2
93	2	3	5	1
94	2	1	4	1
95	1	2	5	2
96	1	2	4	1
97	2	2	2	2
98	1	2	3	2
99	1	2	2	3
100	1	4	2	4

LAMPIRAN V

HASIL KUESIONER

PR 1	PR 2	PR 3	X1	HA 1	HA 2	HA 3	X2	PM 1	PM 2	PM 3	X3	LO 1	LO 2	LO 3	X4	PE 1	PE 2	PE 3	X5	PS 1	PS 2	PS 3	X6
3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	3	4	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11	3	3	3	9	4	3	4	11
3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9
3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	4	11
3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	2	4	2	8
3	3	4	10	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	4	10	4	3	3	10	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	12	3	4	3	10	4	3	4	11	4	4	3	11
3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	4	10	4	3	3	10	4	3	3	10	3	4	4	11
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	2	2	3	7	3	3	3	9	4	3	2	9
3	3	4	10	3	3	2	8	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	2	10
3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	3	11	4	4	4	12
4	3	3	10	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10	4	3	3	10	3	3	3	9
4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	4	10	4	3	4	11	3	3	4	10	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	3	10	3	3	3	9	4	3	4	11	3	4	2	9
3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10	2	3	3	8	3	3	3	9	3	4	3	10

3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	2	8
3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	2	8	3	3	4	10	4	3	2	9
4	3	3	10	3	3	4	10	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	4	11
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11
3	2	3	8	4	4	4	12	3	4	3	10	2	3	4	9	3	3	3	9	3	3	4	10
4	4	3	11	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12
3	2	2	7	4	2	3	9	4	4	4	12	2	3	3	8	3	3	4	10	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8
3	3	4	10	4	3	3	10	3	4	3	10	4	3	2	9	3	3	4	10	4	3	2	9
2	3	3	8	3	3	2	8	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	2	3	3	8
4	4	3	11	3	3	3	9	3	4	4	11	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	2	8
3	3	3	9	4	3	3	10	3	4	3	10	3	3	3	9	4	3	3	10	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	4	3	10
3	4	3	10	2	4	3	9	3	4	3	10	2	3	1	6	2	4	4	10	4	4	2	10
3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	4	10	4	4	2	10	4	3	4	11	4	4	3	11
4	3	4	11	3	3	3	9	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9
4	3	3	10	4	4	3	11	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8
3	4	4	11	4	4	3	11	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10
3	3	3	9	3	2	2	7	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	3	11	3	3	3	9	3	4	4	11	3	4	3	10	4	3	3	10	4	4	4	12

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

3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	3	4	2	9	2	3	4	9
3	3	3	9	2	3	3	8	4	4	3	11	2	3	2	7	3	3	4	10	3	4	3	10
3	4	3	10	4	3	3	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11
3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	3	9	4	4	3	11
3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10	4	3	3	10	4	4	3	11
3	4	3	10	4	3	3	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	2	10
4	4	4	12	3	2	3	8	3	3	3	9	2	3	2	7	3	2	3	8	2	3	2	7
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	2	7	3	3	3	9	3	3	2	8
2	2	2	6	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	4	12
3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	4	2	9	4	4	4	12	3	4	4	11
3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9
3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	2	3	2	7	3	3	3	9	3	4	4	11
3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9
4	3	3	10	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	2	3	3	8
3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	4	3	10	3	3	3	9	4	3	3	10	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	3	11
4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	3	11
3	3	3	9	3	2	2	7	3	4	3	10	2	2	1	5	3	3	3	9	3	4	4	11
3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9

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

BF1	BF2	BF3	X7	MO1	MO2	MO3	X8	PI1	PI2	PI3	X9	PN1	PN2	PN3	X10	KP1	KP2	KP3	Y
3	3	3	9	3	3	4	10	4	3	4	11	4	3	3	10	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	3	9
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	4	11
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	3	10	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9
3	4	3	10	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	3	11	3	2	2	7	3	4	3	10	4	3	3	10	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	2	7
3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	12	1	2	3	6	3	3	3	9
4	3	3	10	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10
3	3	2	8	3	3	3	9	3	4	4	11	3	3	4	10	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10
3	4	3	10	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9

3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	4	10
3	3	3	9	4	4	2	10	4	3	3	10	2	3	2	7	4	3	3	10
4	3	4	11	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8
3	3	3	9	3	3	4	10	4	3	3	10	3	3	2	8	4	4	4	12
4	3	3	10	4	4	3	11	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9
3	4	3	10	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	3	10
3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	4	11
3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9
3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	2	8	4	4	4	12
4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	2	2	7	2	3	2	7
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	2	7
3	3	3	9	3	3	2	8	3	4	2	9	2	2	2	6	3	3	3	9
4	3	3	10	3	3	2	8	3	3	4	10	3	2	3	8	3	3	4	10
4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9	3	4	4	11
4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	3	10	4	3	3	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9

3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	3	10	3	3	2	8	3	3	4	10	3	3	3	9	4	3	3	10
3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	3	11
4	3	4	11	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	3	11	3	4	3	10	3	3	3	9	3	2	2	7	4	3	4	11
3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8
3	3	3	9	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	2	8	4	4	3	11
3	3	3	9	3	4	4	11	3	3	3	9	3	2	2	7	3	3	3	9
4	4	4	12	3	2	4	9	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	3	11
4	3	3	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10
3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	3	3	10	3	2	3	8	2	2	2	6	3	3	4	10
4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	4	10
3	3	3	9	4	4	4	12	3	4	2	9	3	3	3	9	3	4	3	10
3	3	3	9	3	2	4	9	3	4	3	10	4	4	3	11	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10
3	3	2	8	3	2	3	8	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	2	8
3	4	2	9	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8
3	3	2	8	3	3	3	9	3	4	3	10	2	2	2	6	3	3	3	9
3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	4	4	3	11	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9

4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	3	11
3	3	3	9	3	2	4	9	3	3	4	10	2	3	2	7	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	2	8	2	3	3	8	3	3	3	9
3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	2	8	2	2	2	6	3	2	2	7
3	3	3	9	3	4	3	10	4	3	3	10	3	3	3	9	4	3	3	10
4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	3	10	3	3	4	10	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	3	11
3	3	3	9	3	4	3	10	4	3	3	10	3	3	3	9	4	3	3	10
3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9	2	2	2	6	3	3	2	8
3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9	2	2	2	6	3	3	2	8
3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9	2	2	2	6	2	2	2	6
4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9
3	3	3	9	3	4	3	10	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	3	11	3	4	4	11	4	3	3	10	3	3	2	8	4	4	4	12
3	3	3	9	4	4	4	12	4	3	4	11	3	3	4	10	4	4	3	11
3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
4	3	3	10	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	2	3	8	4	3	4	11	3	3	3	9	4	3	3	10
4	4	3	11	4	3	3	10	3	4	4	11	3	3	3	9	3	4	3	10
3	3	3	9	4	4	4	12	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9

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



LAMPIRAN VI

HASIL SPSS PROFIL RESPONDEN

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI-LAKI	47	47.0	47.0	47.0
PEREMPUAN	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20 tahun	3	3.0	3.0	3.0
20-30 tahun	50	50.0	50.0	53.0
31-40 tahun	21	21.0	21.0	74.0
41-50 tahun	17	17.0	17.0	91.0
> 50 tahun	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS	8	8.0	8.0	8.0
PEGAWAI SWASTA	30	30.0	30.0	38.0
WIRASWASTA	23	23.0	23.0	61.0
PELAJAR	22	22.0	22.0	83.0
LAINNYA	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PENGHASILAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid KURANG DARI RP 1.000.000	33	33.0	33.0	33.0
ANTARA RP 1.000.000-RP 2.000.000	38	38.0	38.0	71.0
ANTARA RP 2.000.000-RP 4.000.000	15	15.0	15.0	86.0
LEBIH DARI RP 4.000.000	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN VII

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

A. Produk

Correlations

		PR1	PR2	PR3	PRODUK
PR1	Pearson Correlation	1	.311**	.338**	.714**
	Sig. (2-tailed)		.002	.001	.000
	N	100	100	100	100
PR2	Pearson Correlation	.311**	1	.373**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000
	N	100	100	100	100
PR3	Pearson Correlation	.338**	.373**	1	.754**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100
PRODUK	Pearson Correlation	.714**	.776**	.754**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.606	3

B. Harga

Correlations

		HA1	HA2	HA3	HARGA
HA1	Pearson Correlation	1	.291**	.342**	.763**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000
	N	100	100	100	100
HA2	Pearson Correlation	.291**	1	.404**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000
	N	100	100	100	100
HA3	Pearson Correlation	.342**	.404**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100

HARGA	Pearson Correlation	.763**	.699**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	3

C. Promosi

Correlations

		PM1	PM2	PM3	PROMOSI
PM1	Pearson Correlation	1	.341**	.384**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100
PM2	Pearson Correlation	.341**	1	.336**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.000
	N	100	100	100	100
PM3	Pearson Correlation	.384**	.336**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100
PROMOSI	Pearson Correlation	.716**	.767**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	3

D. Lokasi

Correlations

		LO1	LO2	LO3	LOKASI
LO1	Pearson Correlation	1	.513**	.273**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.000
	N	100	100	100	100
LO2	Pearson Correlation	.513**	1	.340**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100
LO3	Pearson Correlation	.273**	.340**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.000
	N	100	100	100	100
LOKASI	Pearson Correlation	.772**	.760**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	3

E. Pegawai

Correlations

		PE1	PE2	PE3	PEGAWAI
PE1	Pearson Correlation	1	.471**	.369**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
PE2	Pearson Correlation	.471**	1	.374**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
PE3	Pearson Correlation	.369**	.374**	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
PEGAWAI	Pearson Correlation	.800**	.783**	.747**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.671	3

F. Proses

Correlations

		PS1	PS2	PS3	PROSES
PS1	Pearson Correlation	1	.469**	.242*	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.015	.000
	N	100	100	100	100
PS2	Pearson Correlation	.469**	1	.360**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
PS3	Pearson Correlation	.242*	.360**	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000		.000
	N	100	100	100	100
PROSES	Pearson Correlation	.734**	.763**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.601	3

G. Bukti Fisik

Correlations

		BF1	BF2	BF3	BUKTI FISIK
BF1	Pearson Correlation	1	.459**	.464**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100

BF2	Pearson Correlation	.459**	1	.138	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000		.172	.000
	N	100	100	100	100
BF3	Pearson Correlation	.464**	.138	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.172		.000
	N	100	100	100	100
BUKTI FISIK	Pearson Correlation	.867**	.715**	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	3

H. Motivasi

Correlations

		MO1	MO2	MO3	MOTIVASI
MO1	Pearson Correlation	1	.481**	.391**	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
MO2	Pearson Correlation	.481**	1	.285**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100
MO3	Pearson Correlation	.391**	.285**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.000
	N	100	100	100	100
MOTIVASI	Pearson Correlation	.765**	.790**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	3

I. Persepsi

Correlations

		PI1	PI2	PI3	PERSEPSI
PI1	Pearson Correlation	1	.339**	.392**	.749**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100
PI2	Pearson Correlation	.339**	1	.325**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.000
	N	100	100	100	100
PI3	Pearson Correlation	.392**	.325**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100
PERSEPSI	Pearson Correlation	.749**	.741**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.618	3

J. Pembelajaran

Correlations

		PN1	PN2	PN3	PEMBELAJARAN
PN1	Pearson Correlation	1	.611**	.437**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
PN2	Pearson Correlation	.611**	1	.559**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
PN3	Pearson Correlation	.437**	.559**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
PEMBELAJARAN	Pearson Correlation	.826**	.864**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	

	N	100	100	100	100
--	---	-----	-----	-----	-----

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	3

K. Keputusan Nasabah

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KEPUTUSAN
KP1	Pearson Correlation	1	.618**	.508**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.618**	1	.507**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.508**	.507**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
KEPUTUSAN	Pearson Correlation	.845**	.832**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	3

LAMPIRAN VIII

HASIL UJI ASUMSI KLASIK DAN REGRESI

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98223394
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.064
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.818
Asymp. Sig. (2-tailed)		.515

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

B. Uji Multikolinieritas

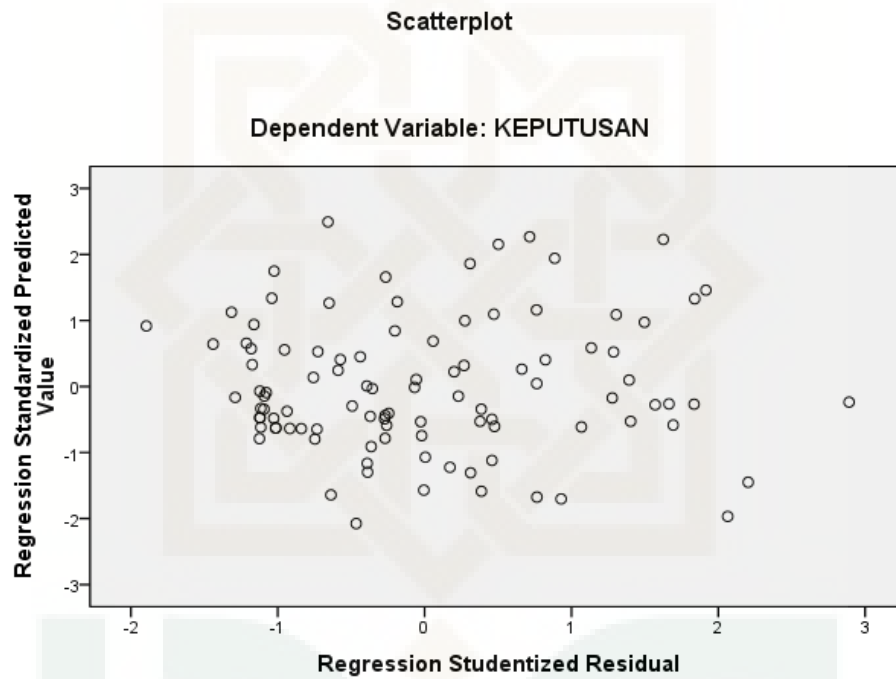
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.722	2.037		-1.827	.071		
	PRODUK	.323	.110	.241	2.928	.004	.875	1.143
	HARGA	.274	.111	.212	2.465	.016	.802	1.246
	PROMOSI	.030	.106	.023	.283	.778	.897	1.114
	LOKASI	.214	.122	.218	1.754	.083	.386	2.590
	PEGAWAI	.102	.106	.086	.967	.336	.759	1.317
	PROSES	.057	.086	.057	.661	.510	.804	1.244
	BUKTI FISIK	.029	.162	.020	.177	.860	.458	2.182
	MOTIVASI	.065	.088	.063	.734	.465	.811	1.234
	PERSEPSI	.095	.115	.078	.828	.410	.672	1.488

PEMBELAJARAN	.218	.103	.189	2.112	.037	.740	1.352
--------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

C. Uji Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.093	2.706		-1.882	.063
	PRODUK	.101	.147	.072	.690	.492
	HARGA	-.279	.148	-.207	-1.887	.062
	PROMOSI	.126	.140	.093	.899	.371
	LOKASI	.198	.162	.193	1.221	.225
	PEGAWAI	.199	.141	.159	1.413	.161
	PROSES	.027	.114	.026	.237	.813
	BUKTI FISIK	-.089	.216	-.060	-.410	.683

MOTIVASI	-.062	.117	-.058	-.532	.596
PERSEPSI	.182	.152	.143	1.196	.235
PEMBELAJARAN	.028	.137	.024	.207	.837

a. Dependent Variable: Abs_Res

D. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.471	.412	1.03595

a. Predictors: (Constant), PEMBELAJARAN, MOTIVASI, PROMOSI, PRODUK, PROSES, PEGAWAI, HARGA, BUKTI FISIK, PERSEPSI, LOKASI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

E. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.126	10	8.513	7.932	.000 ^a
	Residual	95.514	89	1.073		
	Total	180.640	99			

a. Predictors: (Constant), PEMBELAJARAN, MOTIVASI, PROMOSI, PRODUK, PROSES, PEGAWAI, HARGA, BUKTI FISIK, PERSEPSI, LOKASI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

F. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.722	2.037		-1.827	.071
	PRODUK	.323	.110	.241	2.928	.004
	HARGA	.274	.111	.212	2.465	.016
	PROMOSI	.030	.106	.023	.283	.778

LOKASI	.214	.122	.218	1.754	.083
PEGAWAI	.102	.106	.086	.967	.336
PROSES	.057	.086	.057	.661	.510
BUKTI FISIK	.029	.162	.020	.177	.860
MOTIVASI	.065	.088	.063	.734	.465
PERSEPSI	.095	.115	.078	.828	.410
PEMBELAJARAN	.218	.103	.189	2.112	.037

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

LAMPIRAN IX

TABEL F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93

LAMPIRAN X

TABEL R

Df=N-2	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN XI

TABEL t

Pr \ df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
90	0.68	1.29	1.66	1.99	2.37	2.63	3.18
91	0.68	1.29	1.66	1.99	2.37	2.63	3.18
92	0.68	1.29	1.66	1.99	2.37	2.63	3.18
93	0.68	1.29	1.66	1.99	2.37	2.63	3.18
94	0.68	1.29	1.66	1.99	2.37	2.63	3.18
95	0.68	1.29	1.66	1.99	2.37	2.63	3.18
96	0.68	1.29	1.66	1.98	2.37	2.63	3.18
97	0.68	1.29	1.66	1.98	2.37	2.63	3.18
98	0.68	1.29	1.66	1.98	2.37	2.63	3.18
99	0.68	1.29	1.66	1.98	2.36	2.63	3.17
100	0.68	1.29	1.66	1.98	2.36	2.63	3.17
101	0.68	1.29	1.66	1.98	2.36	2.63	3.17
102	0.68	1.29	1.66	1.98	2.36	2.62	3.17
103	0.68	1.29	1.66	1.98	2.36	2.62	3.17
104	0.68	1.29	1.66	1.98	2.36	2.62	3.17
105	0.68	1.29	1.66	1.98	2.36	2.62	3.17

SURAT KETERANGAN
YGS/01/1183 /2015

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama : Heryana
Jabatan : Operational Manager
PT Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Yogyakarta

Menerangkan bahwa :

Nama : Neneng Nelvi
No Mhs. : 11390012
Fakultas/Prodi : Syariah dan Hukum
Universitas / PT : UIN Sunan Kalijaga

Adalah benar telah melaksanakan TA untuk S-1 di PT. Bank BNI Syariah pada bulan September 2015. Dengan judul, **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta)”**

Demikianlah surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Yogyakarta, **16 SEP 2015**

PT Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Yogyakarta




Heryana
Operational Manager

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Neneng Nelvi
Tempat, Tanggal Lahir : Koto Tengah, 15 Desember 1992
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Asal : Jalan Melati Wetan No. 34 Yogyakarta
Contact Person : 089615008966
E-mail : nelvi.1512@gmail.com

Pendidikan Formal

1999-2005 : SDN Gedongkuning Yogyakarta
2005-2008 : SMPN 4 Yogyakarta
2008-2011 : SMKN 6 Yogyakarta
2011-2015 : Prodi Keuangan Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta