

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH BANK BPD DIY SYARIAH**



SKRIPSI

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

DISUSUN OLEH:

**ISNAENI NUR IMAM
10391005**

PEMBIMBING:

- 1. M. Ghafur Wibowo, SE,M.Sc**
- 2. Joko Setyono, SE., M.Si**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2016**

ABSTRAK

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas serta menambah inovasi produk dan mempromosikannya dengan baik akan meningkatkan minat konsumen terhadap perusahaan. Lokasi yang strategis juga menjadi alasan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut. Dengan selalu memperhatikan faktor-faktor tersebut, konsumen akan memutuskan untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Permasalahan pada penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh lokasi, pelayanan, fasilitas, promosi serta produk terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BPD DIY Syariah dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling quota*. Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis kuantitatif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, serta pengujian hipotesis (uji simultan dan uji t).

Berdasarkan hasil uji parsial dari keenam variabel independen terdapat lima variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Yogyakarta, yaitu variabel lokasi dengan nilai koefisien sebesar -2,309 dengan signifikansi 0,023. Variabel pelayanan dengan nilai koefisien sebesar 3,216 dengan signifikansi 0,002. Variabel fasilitas dengan nilai koefisien sebesar 2,561 dan signifikansi 0,012. Variabel promosi dengan nilai koefisiensi sebesar 2,618 dan signifikansi 0,010. Sedangkan variabel produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: keputusan, lokasi, pelayanan, fasilitas, promosi, produk.

ABSTRACT

Consumers in making a purchase decision is influenced by several factors, both internal factors and external factors. By improving the quality of service and facilities and increase product innovation and promote it properly will increase consumer interest in the company. The strategic location is also a reason for consumers to use the products or services of the company. By always pay attention to these factors, consumers will decide to use the products or services of the company.

The problem in this research is how much influence the location, services, facilities, promotions and products to the decision of a customer of Bank BPD DIY Sharia. This study uses quantitative data and questionnaire as a data collection tool. The population in this study are all Sharia BPD DIY customers with a sample of 100 respondents. Sampling receipts *nonprobability sampling* method with *quota sampling* technique. While the analysis of the data used in this research is descriptive analysis, quantitative analysis, the classical assumption test, multiple linear analysis, and hypothesis testing (simultaneous test and t test).

Based on the partial test results of six independent variables there are five variables that significantly influence the decision to become a customer of Bank BPD DIY Yogyakarta, the variable location with coefficient value of -2.309 with a significance of 0.023. Variable service with coefficient of 3.216 with 0.002 significance. Variable facility with the coefficient of 2.561 and 0.012 significance. Promotion variables with coefficient values of 2.618 and 0.010 significance. While the variable product does not have a significant effect.

Keywords: decision, location, services, facilities, promotions, product.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Isnaeni Nur Imam
Lamp : -

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 : Isnaeni Nur Imam
NIM : 10391005
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank BPD DIY Syariah.**

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, 10 Desember 2015
Pembimbing I

M. Ghafur Wibowo, SE, M.Sc
NIP. 19800314 200312 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Isnaeni Nur Imam
Lamp : -

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 : Isnaeni Nur Imam
NIM : 10391005
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank BPD DIY Syariah.**

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, 10 Desember 2015
Pembimbing II

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

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Isnaeni Nur Imam
NIM : 10391005
Fakultas-Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank BPD DIY Syariah**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi 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 tanggungjawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan digunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Desember 2015

Penyusun



METERAI
TEMPEL
6882CADE331786909
6000
ENAM RIBURUPIAH

Isnaeni Nur Imam
NIM 10391005

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN/02/DEB/PP.01.1/382/2016

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK BPD DIY SYARIAH

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Isnaeni Nur Imam

NIM : 10391005

Telah dimunaqasyahkan pada : 30 Desember 2015

Nilai Munaqasyah : B+

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang



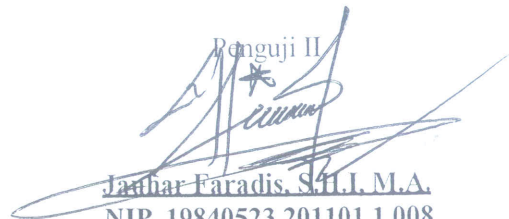
Muhammad Ghafur Wibowo. SE., M.Sc
NIP. 19800314 200312 1 003

Penguji I



H. M. Yazid Afandi. S.Ag., M.Ag.
NIP. 19720913 200312 1 001

Penguji II



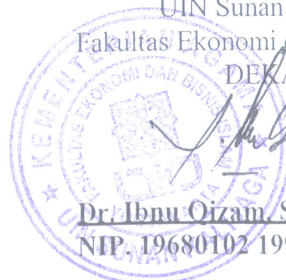
Jaahar Faradis. S.H.I., M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

Yogyakarta, 30 Maret 2016

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



Dr. Ibnu Oizam. SE., M.Si., Ak., CA.
NIP. 19680102 199403 1 002

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

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

A. Konsonan Tunggal

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

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

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مستعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' marbutah*

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

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----	Fathah	ditulis	<i>A</i>
-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----	Dammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	A
جاهلية	ditulis	<i>jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	ditulis	a
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati	ditulis	i
كريم	ditulis	<i>karim</i>
4. Dammah + wawu mati	ditulis	u
فروض	ditulis	<i>furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	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'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

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

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

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أهل السنّة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

MOTTO

***“ Every person who reads a lot but little use reason alone
would be people who are lazy think ”***

(Albert Einstein)

***“Kita tidak bisa memilih terlahir ke dunia dalam keadaan
seperti apa, tapi kita bisa memilih untuk menjadi seperti
apa dalam kehidupan”***

(Penulis)

“People with passion can change the world for the better”

(Steven Jobs)

***“All our dreams can come true if we have the courage to
pursue them”***

(Walter Elias Disney)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Saya Persembahkan Untuk:

*Ayahanda (Asmal Syahrudin), Ibunda (Tatit Susi Hastuti) Tercinta,
Yang Selalu Memberikan Kasih Sayang Dan Cintanya Yang Tulus,
Membimbing, Memotivasi dan mendoakan Dalam Setiap Langkah Dan
Hidupku*

*Kakakku Wahdah Ayu D.S. Yang Selalu Memberikan Semangat
Untuk Menyelesaikan Skripsi Ini*

*Keluarga Besar Mahasiswa Keuangan Islam
Ank. 2010 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

*Beserta Almamater
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Sholawat dan salam selalu penulis haturkan kepada Nabi agung Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari jalan kebodohan menuju jalan pencerahan berfikir dan memberi inspirasi kepada penulis untuk tetap selalu semangat dalam belajar dan berkarya.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Machasin, M.A. selaku Pgs Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Ibnu Qizam SE.,M.Si.,Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. M. Yazid Affandi, S.Ag selaku Kaprodi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Drs. Slamet Khilmi, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya dari awal proses kuliah hingga akhir semester.
5. M. Ghafur Wibowo, SE,M.Sc dan Joko Setyono, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, memberi masukan, dan menyempurnakan penelitian 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. Seluruh pegawai dan staff TU Prodi, Jurusan dan Fakultas di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.
8. Ayahanda Asmal Syahrudin dan Ibunda Tatit Susi Hastuti tercinta, atas segala kasih sayang, dukungan, motivasi dan doa yang selalu dipanjatkan.
9. Kakak saya Wahdah Ayu D.S. yang menyemangati saya dari awal hingga akhir semester kuliah. Doa kalian adalah anugerah untuk saya.
10. Sahabat-sahabatku, Iman Fajar Pratama, Muhammad Ali Said, Tria Ratnasari, serta seluruh Keluarga Mahasiswa Keuangan Ank.2010. Kalian adalah rahmat Allah untuk saya yang selalu memberikan goresan kecil dalam suka dan duka selama menjalani hari-hari di Yogyakarta.
11. Semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan barakah atas kebaikan dan jasa-jasa mereka semua dengan rahmat dan kebaikan yang terbaik dariNya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya.

Yogyakarta, 17 Desember 2015
Penyusun

Isnaeni Nur Imam

10391005

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah dan Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Agama	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan.....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	64
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	65
Tabel 4.20 Hasil Hipotesis.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner.....	XXII
Lampiran II Data Variabel.....	XXIV
Lampiran III Hasil Uji SPSS.....	XXVII
Lampiran IV Surat Ijin Penelitian	XXXV
Lampiran V Surat Bukti Melakukan Penelitian.....	XXXVI
Lampiran VI Curriculum Vitae.....	XXXVII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era perdagangan bebas saat ini, perusahaan dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga memenangkan persaingan tersebut. Kepuasan konsumen memegang peranan sangat penting dalam kesuksesan dari sebuah perusahaan untuk dapat bersaing. Kepuasan konsumen akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Dari perpektif konsumen, banyak keluhan dan hak-hak konsumen yang diabaikan menyangkut harga yang terlalu tinggi, pelayanan yang lambat dan kurang ramah, fasilitas yang kurang memadai, lokasi yang kurang strategis atau sulit dijangkau, promosi yang tidak terlalu jelas yang dapat merugikan konsumen, serta rendahnya kualitas produk dan jasa. Adanya perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh konsumen yang apabila tidak diantisipasi dengan baik oleh perusahaan maka akan menyebabkan konsumen akan mencari perusahaan lain yang lebih memenuhi harapan konsumen. hal ini tentu saja akan mengakibatkan kerugian untuk perusahaan yang ditinggalkan.

Seiring dengan berkembangnya zaman, banyak berdiri lembaga atau perusahaan bahkan atas nama individu yang menjalankan bisnis jasa. Semakin banyak pesaing, maka semakin banyak pilihan bagi konsumen. salah

satu perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen adalah perbankan. Perusahaan perbankan hadir guna memenuhi kebutuhan para nasabahnya. Semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan perbankan untuk bersaing satu sama lain untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankannya. Pesatnya perkembangan perusahaan perbankan yang telah memiliki hukum yang memadai maka mulai banyak muncul perbankan-perbankan yang berlandaskan hukum Islam. Bank berlandaskan syariah yang pertama di Indonesia adalah Bank Muamalah yang diresmikan pada tanggal 1 November 1991.¹

Bank syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip dalam ajaran Islam, untuk memenuhi kebutuhan nasabah, hendaknya bank syariah dioperasikan sesuai dengan yang dikehendaki oleh prinsip-prinsip syariah sesuai dengan UU No. 21/2008 tentang Perbankan Syariah.²

Sebagai bentuk usaha mempertahankan nasabah, bank harus bisa memilih bentuk kebijakan maupun teknologi yang tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut dapat mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan bank dalam memberi pelayanan kepada nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah. Dengan

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

² www.lps.go.id/ketentuan-terkait/-/asset_publisher/nZ5y/content/uu-21-th-2008-perbankan-syariah, diakses pada 5 Januari 2016.

demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi suatu keputusan nasabah terhadap suatu perbankan dan juga perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa.

Untuk mengetahui kepuasan konsumen dapat dilihat dari perilaku konsumen itu sendiri. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk disalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.³

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah adalah fasilitas. Fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih suatu perusahaan jasa, maka sebaiknya perbankan atau perusahaan yang bergerak dibidang jasa memperhatikan betul fasilitas-fasilitas yang akan digunakan demi memberikan kenyamanan bagi nasabah guna mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah nasabah yang membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan adalah lokasi. Semakin mudah suatu perusahaan dijangkau lokasi dari suatu perusahaan akan mempengaruhi konsumen untuk lebih memilih perusahaan tersebut. Jarak yang dekat dengan pusat keramaian atau mudah diakses adalah hal yang harus diperhatikan perusahaan, dengan begitu konsumen akan lebih

³ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 10.

menggunakan jasa dari perusahaan yang mudah dijangkau oleh konsumen. hal ini dapat mempertahankan nasabah untuk terus membeli produk dan jasa perusahaan tersebut.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi keputusan adalah promosi. Dalam mengkomunikasikan produk dan jasa yang akan ditawarkan, perusahaan harus bisa meyakinkan dan mengkomunikasikan atau mengiklankan produk-produk dan jasa-jasanya sehingga nantinya akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi yang baik adalah promosi yang menggunakan segala unsur acuan pemasaran dalam mempengaruhi konsumen.⁴

Selanjutnya faktor produk merupakan faktor yang juga mempengaruhi suatu keputusan. Perusahaan akan selalu menciptakan inovasi baru pada produk-produk yang ditawarkan perbankan syariah. Yang membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional adalah atribut-atribut khusus yang melekat pada bank syariah, seperti tidak ada unsur riba, sistem bagi hasil, dan tidak adanya unsur judi untuk investasi yang halal serta melakukan aktivitas sesuai syariah. Atribut-atribut produk islam ini yang menjadi alasan utama para nasabah memilih menggunakan produk syariah.

Dengan demikian bank syariah harus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas demi memuaskan konsumen, menawarkan produk-produk yang lebih inovatif dan variatif, memilih lokasi yang lebih strategis dan mudah dijangkau, serta mempromosikan produk-produk yang ditawarkan

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 265

lebih baik lagi. Selain itu, tentu saja dengan menjaga kemurnian syariah dari atribut-atribut produk sesuai dengan Al-qur'an dan Al-hadist. Ditengah perkembangan industri perbankan syariah, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan untuk menjadi nasabah berdasarkan faktor budaya, lokasi, pelayanan, failitas, promosi dan produk. Dalam penelitian ini objek penelitian adalah Bank BPD DIY Syariah.

Bank BPD DIY Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan Unit Usaha Syariah (UUS) yang ada di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan Bank BPD DIY Syariah merupakan cabang syariah dari unit kerja BPD DIY konvensional yang kantornya berpusat di Jl. Tentara Pelajar Yogyakarta.

Bank BPD DIY Syariah menjadi salah satu bank yang dijadikan nasabah untuk melakukan pembiayaan dan transaksi lainnya. Dengan tingkat persaingan antar bank yang semakin ketat serta keunggulan-keunggulan yang dimiliki antar bank, mendorong bank BPD DIY Syariah untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas, produk serta mempromosikan produk yang ditawarkan dengan lebih inovatif.

Dalam upaya membangun hubungan dengan nasabah, Bank BPD DIY Syariah diharapkan mampu meningkatkan kualitas sumber daya insani sebagai kekuatan penting dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Pengembangan dan peningkatan profesional menjadi hal mutlak yang akan berpengaruh dalam memberikan layan prima kepada nasabah yang merupakan salah satu strategi bisnis BPD DIY Syariah untuk memenangkan persaingan bisnis.

Layanan prima merupakan budaya yang diterapkan BPD DIY Syariah di seluruh unit Bank BPD DIY Syariah. Layanan prima melakukan pendekatan secara profesional, ramah tamah, kekeluargaan dan menjunjung tinggi etika bisnis.

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK BPD DIY SYARIAH.**

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah?
5. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh faktor lokasi, pelayanan, fasilitas, promosi dan produk terhadap keputusan menjadi nasabah bank BPD DIY Syariah.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Bank Syariah

Untuk meningkatkan pemahaman karakteristik nasabah dalam memilih bank syariah guna mendukung perkembangan bank syariah untuk kedepannya.

- b. Bagi Peneliti

Sebagai sumber informasi bagi penelitian-penelitian yang akan datang serta memberi kontribusi keilmuan bagi semua aktivitas akademik dalam bidang keuangan Islam.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini terbagi dalam 5 (lima) bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mengurai argumentasi terhadap pentingnya penelitian ini. Bab ini mencakup latar belakang masalah sebagai landasan pembahasan, pokok masalah untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian mencakup alasan pentingnya penelitian ini, serta sistematika pembahasan untuk memudahkan pengecekan bagian-bagian penelitian pendahuluan.

BAB II: TELAHAH PUSTAKA

Bab ini memuat penelitian-penelitian terdahulu untuk dijadikan acuan peneliti dalam penulisan penelitian, kerangka teoritik membahas tinjauan teoritis, hubungan antara teori-teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran berisi kesimpulan dari telaah literatur yang digunakan untuk menyusun asumsi yang selanjutnya dihubungkan dengan hipotesis yang dirumuskan, informasi mengenai variabel-variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data dan teknik analisis data sebagai alat proses analisis yang digunakan untuk melakukan penelitian.

BAB IV : HASIL dan PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian dalam hal ini adalah Bank BPD DIY Syariah, pembahasan yang berisi tentang hasil analisis dari pengolahan data dan selanjutnya dilakukan pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dibahas dalam bab sebelumnya, keterbatasan penelitian serta saran yang diperlukan untuk dikemukakan.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, pelayanan, fasilitas, promosi dan produk terhadap keputusan untuk menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta. Setelah dilakukan penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, variabel lokasi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel lokasi sebesar 0,023 lebih kecil dari nilai probabilitas (0,05) dan nilai t_{hitung} sebesar -2,309. Hal ini karena Bank BPD DIY hanya memiliki satu kantor cabang Bank Syariah yang berlokasi di Cik Di Tiro, namun dikarenakan faktor internal yang diberikan Bank BPD DIY Syariah kepada konsumen terbilang memuaskan, sehingga konsumen memutuskan untuk menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah.
2. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, variabel pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel pelayanan sebesar 0,002 lebih kecil dari nilai probabilitas (0,05) dan nilai t_{hitung} sebesar 3,216. Berpengaruhnya variabel pelayanan terhadap keputusan dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh Bank BPD DIY Syariah cepat, mudah, efisien serta kesigapan petugas dalam melayani nasabah.
3. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, variabel fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel fasilitas sebesar 0,012 lebih kecil dari nilai probabilitas (0,05) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,561. Berpengaruhnya

fasilitas terhadap keputusan dikarenakan fasilitas bank yang memberikan kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi serta ketersediaan ATM yang mudah diakses oleh nasabah.

4. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel promosi sebesar 0,010 lebih kecil dari nilai probabilitas (0,05) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,618. Berpengaruhnya promosi terhadap keputusan menjadi nasabah dikarenakan Bank BPD DIY Syariah mampu mempromosikan produk-produk serta jasanya dengan jelas dan mudah mengerti oleh nasabah sehingga meningkatkan minat konsumen untuk menabung di Bank BPD DIY Syariah.
5. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, variabel produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel budaya sebesar 0,983 lebih besar dari nilai probabilitas (0,05) dan nilai t_{hitung} sebesar 0,022. Tidak berpengaruhnya variabel produk terhadap keputusan konsumen dikarenakan produk yang kurang variatif.

B. Keterbatasan dan Saran

1. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hipotesis yang diajukan tidak diterima seluruhnya berdasarkan analisis data yang telah dilakukan.
- b. Penelitian ini hanya mengambil penelitian pada Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta. Ada kemungkinan hasil penelitian akan berbeda apabila dilakukan pada bank syariah lainnya.

2. Saran

- a. Diharapkan peneliti lain yang menggunakan tema yang sama untuk menggunakan variabel yang diduga lebih mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah sehingga mendapat hasil yang lebih tepat.
- b. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel yang belum digunakan oleh peneliti sebelumnya supaya hasil yang diperoleh bisa lebih menjelaskan pengaruh lain yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah pada Bank BPD DIY Syariah.
- c. Diharapkan untuk pihak Bank BPD DIY Syariah dapat memperluas promosi baik melalui media cetak maupun elektronik guna menambah jumlah nasabah menjadi lebih banyak dari jumlah nasabah yang ada sekarang dan juga menambahkan fasilitas seperti *e-banking* supaya nasabah lebih tertarik untuk menjadi nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal dll

- Fauzi, Yayan, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta), *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.
- Febriasti, Rosee Hamidah, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.
- Sulistiyono, Ari Budi, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap, *Skripsi* Universitas Diponegoro Semarang, 2010.
- Fajri, Detha Alfrian dan Zainal Arifin, Wilopo, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung,” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 6 No. 2*, Desember 2013.
- Nasrul, Arista Milka, Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa (Studi pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Cibubur), *Skripsi* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014.
- Aiyub, Analisis Perilaku Masyarakat Terhadap Keinginan Menabung Dan Memperoleh Pembiayaan pada Bank Syariah di Nanggroe Aceh Darussalam, *Jurnal E-Mabis FE-unimal*, No. 1, Vol. 8, Januari 2007.
- Fajriyah, Neneng, Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013.
- Christiana Okky Augustine Lovenia, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, *Skripsi* Universitas Diponegoro Semarang , 2012.
- Efendi, Lutfi Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah pada Bank Muamalat Malang, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Malang, 2009.

Anisa Pulungan, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Untuk Menggunakan Produk Jasa PT. Bank Negara Indonesia (Persero), TBK Cabang Syariah Medan, *Skripsi* Universitas Sumatra Utara Medan, 2009.

Finna Putri Barna, Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.

Buku

Kotler, Philip dan K.L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2014.

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajagrafindo, 2014.

Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.

Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2000.

Kotler, Philip dan K.L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2007.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1998.

Boyd, Walker, Larreche, *Manajemen pemasaran: Suatu pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, Jakarta: Erlangga, 2000.

Manan, Muhammad Abdul, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1997.

Sugiyono, *Metode Penelitian manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Yvonne Augustine dan Robert Kristaug, *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Akuntansi*, Jakarta: PT Dian Rakyat, 2013.

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

Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Internet

<http://www.konsistensi.com/2013/08/uji-autokorelasi-dengan-uji-durbin.html?m=1>, diakses tanggal 15 Juli 2015.

Nanang Budi Anas, *Uji Asumsi Klasik*, dalam <http://nanangbudianas.blogspot.com/2013/uji-asmusi-klasik.html?m=1>, diakses tanggal 17 Juli 2015.

<http://www.bpddiy.co.id/index.php?page=berita&id=50>. Diakses pada 2 Desember 2015.

www.lps.go.id/ketentuan-terkait/-/asset_publisher/nZ5y/content/uu-21-th-2008-perbankan-syariah. Diakses pada 5 Januari 2016.

skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/penertian-definisi-kualitas-pelayanan.html. Diakses pada 14 Maret 2016.

LAMPIRAN

Kuesioner

Assalamu'alaikum wr. wb.

Ditengah kesibukan Bapak/Ibu/Saudara selaku nasabah Bank BPD Syariah Cabang Yogyakarta, saya memohon kesediaannya untuk mengisi angket yang tersedia yang digunakan untuk kepentingan penelitian atau penyusunan skripsi atas nama Isnaeni Nur Imam, mahasiswa Prodi Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK BPD DIY SYARIAH.

Demikian permohonan saya sampaikan, kurang lebihnya saya mohon maaf. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara dalam mengisi angket, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Hormat saya,

Isnaeni Nur Imam

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi pertanyaan berikut, dengan cara mengisi titik-titik dibawah ini atau memberikan tanda centang (√) pada kolom yang tersedia.

Umur	:			
Jenis Kelamin	:	<input type="radio"/> Laki-laki	<input type="radio"/> Perempuan	
Pendidikan Terakhir	:	<input type="radio"/> SMP <input type="radio"/> S1	<input type="radio"/> SMA <input type="radio"/> S2	<input type="radio"/> D3
Pekerjaan	:	<input type="radio"/> PNS <input type="radio"/> Wiraswasta	<input type="radio"/> Pegawai Swasta <input type="radio"/> Pelajar/Mahasiswa	
Agama	:	<input type="radio"/> Islam <input type="radio"/> Budha	<input type="radio"/> Kristen <input type="radio"/> Hindu	<input type="radio"/> Katolik

Bapak/Ibu/Saudara diminta untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan dibawah dengan memberi tanda centang (√) pada kolom yang tersedia.

- Keterangan : SS = Sangat Setuju,
 S = Setuju,
 TS = Tidak Setuju,
 STS = Sangat Tidak Setuju

Pernyataan		SS	S	TS	STS
1	Lokasi				
	a. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini karena lokasinya dekat dengan pusat keramaian.				
	b. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini karena lokasi Bank cukup strategis dan mudah dijangkau.				
2	Produk				
	a. Produk-produk yang ditawarkan oleh bank tersebut, cukup menarik, bervariasi dan menjawab kebutuhan anda sehingga saya memutuskan menjadi nasabah Bank Syariah ini				
	b. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini karena produk yang ditawarkan terjamin keamanannya				
3	Pelayanan				
	a. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini karena pelayanan yang diberikan pihak Bank cepat, mudah dan efisien				
	b. Saya memutuskan menjadi nasabah Bank Syariah ini karena kesigapan petugas dalam melayani.				
4	Fasilitas				
	a. Lokasi ATM dan ketersediaan ATM dari bank tersebut sudah cukup tersedia dan mudah dijangkau.				
	b. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini karena memiliki lahan parkir kendaraan yang memadai dan cukup luas.				
5	Promosi				
	a. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini karena terdapat undian berhadiahnya.				
	b. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini karena adanya kemudahan yang didapat saat sudah menjadi nasabah.				

Pernyataan		SS	S	TS	STS
1	Keputusan Menjadi Nasabah				
	a. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini dikarenakan tingkat penghasilan dari pekerjaan saya.				
	b. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini dikarenakan lingkungan sekitar.				
2	a. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini dikarenakan adanya kerjasama dalam hal fasilitas ATM dengan bank lain.				
	b. Saya menjadi nasabah Bank Syariah ini dikarenakan produk yang ada di Bank Syariah ini.				

Data Mentah

Lokasi		Produk		Pelayanan		Fasilitas		Promosi		Keputusan			
3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	2	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3
2	3	2	4	4	4	2	2	2	3	2	4	4	4
3	3	4	3	4	4	3	2	2	4	3	1	3	4
4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3
4	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4	1	2	4	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	4	4
4	4	3	3	3	3	4	3	1	3	2	2	3	3
3	4	3	3	3	3	3	4	1	3	3	1	2	3
4	4	4	4	4	4	3	3	1	4	1	2	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	3
3	3	3	3	3	4	3	2	1	3	2	2	3	3
4	4	3	3	3	4	4	3	1	3	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	3

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

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

Hasil Uji SPSS

Uji Validitas

a. Lokasi

	L	V2	TL
L	Pearson Correlation	1	,668**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
V2	Pearson Correlation	,668**	,915**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	100	100
TL	Pearson Correlation	,911**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	100	100

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

b. Pelayanan

	PI	V8	TPI
PI	Pearson Correlation	1	,504**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
V8	Pearson Correlation	,504**	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	100	100
TPI	Pearson Correlation	,867**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	100	100

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

c. Produk

	Pr	V5	TPr
Pr	Pearson Correlation	1	,388**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100

V5	Pearson Correlation	,388**	1	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TPr	Pearson Correlation	,874**	,787**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

d. Fasilitas

Correlations

		F	V11	TF
F	Pearson Correlation	1	,048	,610**
	Sig. (2-tailed)		,635	,000
	N	100	100	100
V11	Pearson Correlation	,048	1	,821**
	Sig. (2-tailed)	,635		,000
	N	100	100	100
TF	Pearson Correlation	,610**	,821**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

e. Promosi

Correlations

		Pro	V20	TPro
Pro	Pearson Correlation	1	,111	,779**
	Sig. (2-tailed)		,271	,000
	N	100	100	100
V20	Pearson Correlation	,111	1	,709**
	Sig. (2-tailed)	,271		,000
	N	100	100	100
TPro	Pearson Correlation	,779**	,709**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

f. Keputusan

		Correlations				
		Keputusan	V17	V18	V19	TK
Keputusan	Pearson Correlation	1	-,019	-,069	-,001	,509**
	Sig. (2-tailed)		,852	,494	,993	,000
	N	100	100	100	100	100
V17	Pearson Correlation	-,019	1	,102	-,090	,582**
	Sig. (2-tailed)	,852		,312	,373	,000
	N	100	100	100	100	100
V18	Pearson Correlation	-,069	,102	1	,572**	,583**
	Sig. (2-tailed)	,494	,312		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
V19	Pearson Correlation	-,001	-,090	,572**	1	,494**
	Sig. (2-tailed)	,993	,373	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TK	Pearson Correlation	,509**	,582**	,583**	,494**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,678	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
L	36,620	7,288	,404	,646
V2	36,550	7,503	,307	,660
Pr	36,650	7,523	,393	,650
V5	36,610	7,533	,529	,641
PI	36,550	7,402	,491	,639
V8	36,560	7,340	,495	,638

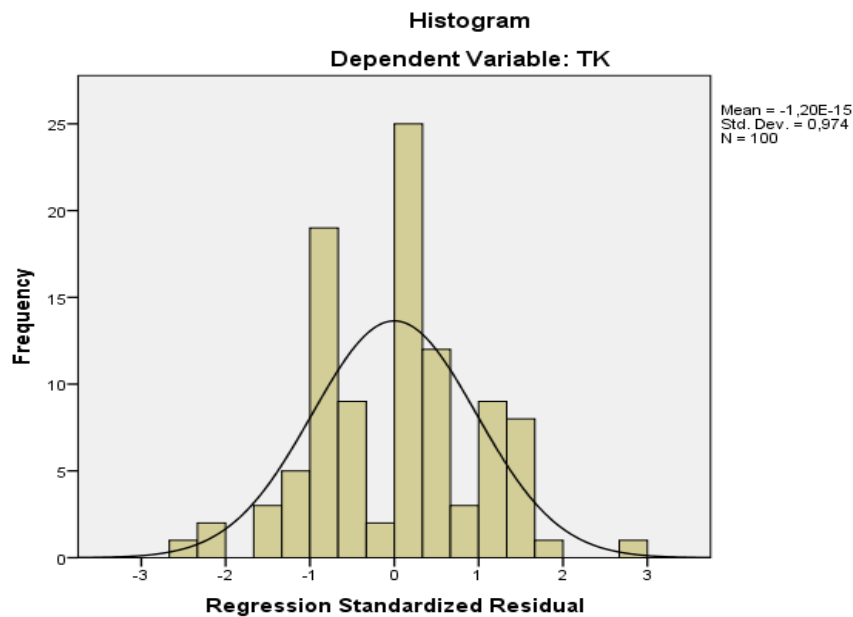
F	36,610	7,351	,420	,645
V11	37,050	7,806	,111	,697
Pro	38,470	7,989	,164	,679
V14	36,710	7,642	,364	,654
Keputusan	37,040	7,978	,079	,700
V17	37,520	7,868	,090	,702
V18	36,640	7,445	,449	,643
V19	36,650	7,866	,292	,663

Uji Normalitas

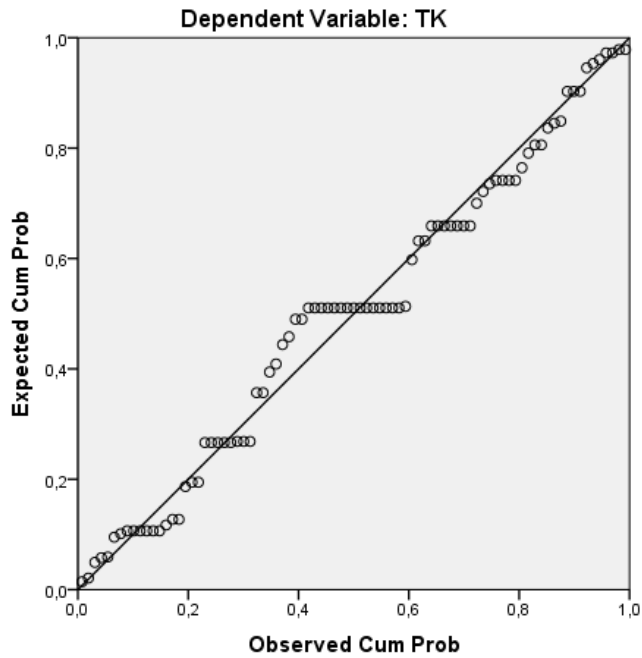
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,92287449
	Absolute	,141
Most Extreme Differences	Positive	,088
	Negative	-,141
Kolmogorov-Smirnov Z		1,412
Asymp. Sig. (2-tailed)		,315

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5,050	1,197		4,219	,000		
TL	-,317	,137	-,262	-2,309	,023	,576	1,737
TPr	,004	,198	,002	,022	,983	,582	1,718
TPI	,594	,185	,379	3,216	,002	,533	1,877
TF	,401	,157	,292	2,561	,012	,568	1,760
TPro	,433	,165	,250	2,618	,010	,816	1,225

a. Dependent Variable: TK

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,551 ^a	,303	,266	,9471	1,981

a. Predictors: (Constant), TPro, TF, TPI, TPr, TL

b. Dependent Variable: TK

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	,12309
Cases < Test Value	42
Cases >= Test Value	58
Total Cases	100
Number of Runs	51
Z	,264
Asymp. Sig. (2-tailed)	,792

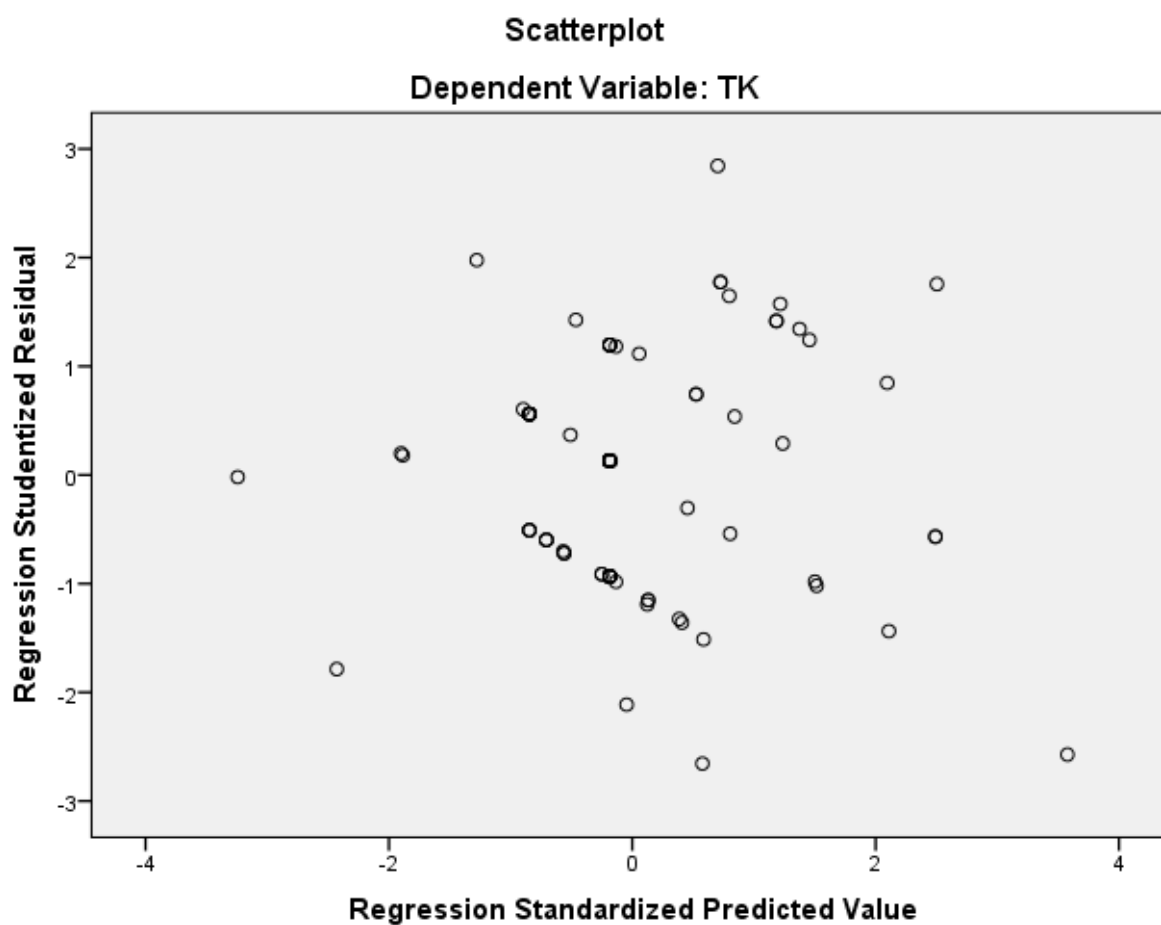
a. Median

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,194	2,047		,095	,925	
	Ln_Tpr	-,982	,990	-,230	-,992	,330	,662
	Ln_TPI	,560	1,100	,109	,509	,615	,780
	Ln_TPro	-,039	,285	-,028	-,138	,891	,872
	Ln_TF	,567	,751	,227	,756	,457	,396
	Ln_TL	,016	,619	,007	,026	,980	,448

a. Dependent Variable: ABS_RES2



Uji Regresi Berganda (Koefisien Determinasi R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,551 ^a	,303	,266	,9471	1,981

a. Predictors: (Constant), TPro, TF, TPI, TPr, TL

b. Dependent Variable: TK

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36,672	5	7,334	8,177	,000 ^b
	Residual	84,318	94	,897		
	Total	120,990	99			

a. Dependent Variable: TK

b. Predictors: (Constant), TPro, TF, TPI, TPr, TL

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,050	1,197		4,219	,000		
TL	-,317	,137	-,262	-2,309	,023	,576	1,737
TPr	,004	,198	,002	,022	,983	,582	1,718
TPI	,594	,185	,379	3,216	,002	,533	1,877
TF	,401	,157	,292	2,561	,012	,568	1,760
TPro	,433	,165	,250	2,618	,010	,816	1,225

a. Dependent Variable: TK

Nomor : 5466 / RB 0000
Lamp : -

Yogyakarta, 3 September 2015

Kepada:
Sdr. Pemimpin Cabang Syariah
PT Bank BPD DIY
Jl. Cik Ditiro No. 34
Yogyakarta

Perihal: Penelitian

Menunjuk surat Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Nomor: UIN/02/DS.1/PP.00.9/1697/2015 tanggal 28 Agustus 2015 perihal Permohonan Izin Penelitian, atas nama:

Nama : Isnaeni Nur Imam
NIM : 10391005
Judul Penelitian :

"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan menjadi Nasabah Bank BPD Syariah"

Agar Saudara dapat membantu mahasiswa tersebut di atas untuk mengadakan Penelitian di Kantor Cabang Saudara dengan senantiasa menjaga kerahasiaan Bank.

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Pemimpin Divisi SDM dan Umum

GAMAL KRISTIYANTO

dvd

SURAT KETERANGANNomor : **2120** / HM 0000

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

Nama : ISNAENI NUR IMAM
NIM : 10391005
Jenjang Studi : S-1
Program Studi : Keuangan Islam
Fakultas : Syari'ah dan Hukum
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri (UIN)
Sunan Kalijaga - Yogyakarta

telah selesai melakukan penelitian di PT. Bank Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (BPD DIY) Cabang Syariah Cik Ditiro, dalam rangka penulisan Skripsi, dengan judul :

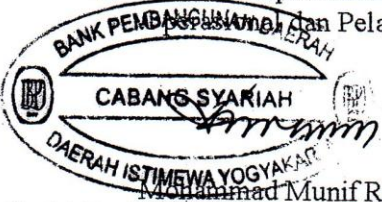
“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK BPD DIY SYARIAH”.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 September 2015

PT. Bank BPD DIY
Cabang Syariah Cik Ditiro

Pemimpin Bidang
Pelayanan



Muhammad Munif Ridwan