

**PENGARUH *MARKETING MIX* (PRODUK, HARGA, TEMPAT,  
PROMOSI) DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
MENGUNAKAN PRODUK TABUNGAN BSM  
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**SKRIPSI**

Oleh

**Yusuffia Nur Azizah Istiqomah**  
NIM: 12820012

**Dosen Pembimbing**  
Joko Setyono, S.E., M.Si.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**2016**

**PENGARUH *MARKETING MIX* (PRODUK, HARGA, TEMPAT,  
PROMOSI) DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
MENGUNAKAN PRODUK TABUNGAN BSM  
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**SKRIPSI**

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

Oleh

**Yusuffia Nur Azizah Istiqomah**

**NIM: 12820012**

**Dosen Pembimbing**

**Joko Setyono, S.E., M.Si.**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**2016**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Marketing Mix* (Produk, Harga, Tempat, Promosi) dan Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang. Hasil penelitian dapat menjadi masukan terhadap manajemen bank untuk mengevaluasi strategi pemasaran dan pelayanan yang diterapkan di bank. Sampel yang digunakan sejumlah 112 responden yaitu nasabah Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda dengan uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, uji F, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t) dengan pengolahan data menggunakan *software SPSS 17.0 for Windows*.

Hasil pengolahan data penelitian diperoleh persamaan  $Y = 2,279 + 0,062X_1 + 0,246X_2 + 0,173X_3 + 0,356X_4 + 0,157X_5 + e$ . Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (12,962) > F_{tabel} (2,300)$  dan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000 (tingkat probabilitas signifikansi) lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan dan secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan BSM. Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi diketahui besarnya nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* adalah sebesar 0,350 atau 35%. Hal ini berarti bahwa dengan lima variabel independen yang meliputi Produk, Harga, Tempat, Promosi, dan Pelayanan dapat mewakili 35% variabel yang mempengaruhi variabel keputusan penggunaan Tabungan BSM oleh nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang, sedangkan sisanya (100% - 35% = 65%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang digunakan. Sedangkan, berdasarkan uji t menunjukkan bahwa variabel Produk, Harga, Tempat, dan Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang. Hanya terdapat satu variabel yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang yaitu variabel Promosi.

**Kata Kunci:** *Marketing Mix*, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Pelayanan, Keputusan Penggunaan, Tabungan BSM

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the effect of Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion) and Service to the customer's decision to use the product "Tabungan BSM" in Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang. The results of this study can be input to the bank's management to evaluate marketing strategies and services are applied in the bank. The sample are used 112 respondents from customer "Tabungan BSM" in Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang. The sampling technique uses purposive sampling method. This research is a field research with quantitative approach. The data used are primary data and secondary data. Primary data is obtained based on respondent's answers to a questionnaire distribution. This study uses multiple regression analysis with the normality test, classical assumption test, descriptive analysis, F test, coefficient of determination test, and hypothesis test (t-test) with data processing using SPSS 17.0 for Windows.*

*The data processing results are obtained equation  $Y = 2,279 + 0,062X_1 + 0,246X_2 + 0,173X_3 + 0,356X_4 + 0,157X_5 + e$ . Based on  $F_{test}$  shows that  $F_{hitung}$  (12.962) >  $F_{table}$  (2.300) and the level of significance probability of 0.000 (the level of significance probability) is smaller than 0.05, then the regression model in this study can be used and jointly independent variables influence the decision of used "Tabungan BSM". Based on coefficient determination test is known that Adjusted  $R^2$  value is equal to 0.350 or 35%. This means that with five independent variables that include Product, Price, Place, Promotion, and Service can represent 35% of variables which affects the decision variable usage of "Tabungan BSM" by customers of Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang, while the rest (100% - 35% = 65 %) is explained by other variables outside the model used. Meanwhile, based on the t-test shows that the variables of Product, Price, Place, and Service do not affect the customer's decision to use the "Tabungan BSM" in Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang. There is only one variable that affects the customer's decision to use "Tabungan BSM" in Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang that is variable Promotion.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion, Service, The used of decision, Tabungan BSM*



## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi

Sdri. Yusuffia Nur Azizah Istiqomah

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Saudari:

Nama : Yusuffia Nur Azizah Istiqomah  
NIM : 12820012  
Judul Skripsi : **Pengaruh *Marketing Mix* (Produk, Harga, Tempat, Promosi) dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan BSM: Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah 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 dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 2 Mei 2016

Pembimbing



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

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor: B-667/Un.02/DEB/PP.05.3/05/2016

Skripsi/tugas akhir dengan judul:

**Pengaruh *Marketing Mix* (Produk, Harga, tempat, Promosi) dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan BSM: Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Yusuffia Nur Azizah Istiqomah

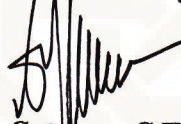
NIM : 12820012

Telah dimunaqasyahkan pada: 12 Mei 2016

Nilai : A

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ketua Sidang



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

Penguji I



**Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M**  
NIP. 19760616 200501 2 002

Penguji II



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

Yogyakarta, 24 Mei 2016

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Dekan,



**Dr. Ibnu Qizam, S.E., M.Si., Akt**  
NIP. 19680102 199403 1 002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusuffia Nur Azizah Istiqomah

NIM : 12820012

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Marketing Mix (Produk, Harga, tempat, Promosi) dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan BSM: Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu*

Yogyakarta, 2 Mei 2016

Penyusun



**Yusuffia Nur Azizah Istiqomah**  
NIM. 12820012

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusuffia Nur Azizah Istiqomah

NIM : 12820012

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh *Marketing Mix* (Produk, Harga, tempat, Promosi) dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan BSM: Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalimedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penciptaan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada Tanggal: 2 Mei 2016

Yang menyatakan



(Yusuffia Nur Azizah Istiqomah)



## HALAMAN MOTTO

**“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”**

**-QS. Al Baqarah:216-**

**“Temukanlah apa yang paling kalian cinta (*Passion*). Ketika sudah ketemu, tekuni. Jangan cepat puas dan peliharalah rasa keingintahuan itu! Maka kesuksesan di tangan kita.”**

**-Dee Lestari-**

**“Saya ingin bahagia tanpa mencenderai. Saya ingin menang tanpa melukai.”**

**-Ridwan Kamil-**

**Jangan pernah takut berbeda!**

HALAMAN PERSEMBAHAN

TERUNTUK:  
BAPAK IBU SAYA TERCINTA,  
YUSUF PANGGUNG SURAME DAN KARTINI.

KAKAK DAN ADIK SAYA TERCINTA,  
MBAK RAHMA, DEK MIDAH, DEK AHMAD, DAN  
DEK DIAH

KELUARGA BESAR,  
MOH. ALI BASUKI DAN SUGIANTO

Almamaterku,  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapat syafaatnya di yaumul kiyamah. Amin

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Proses penelitian skripsi ini bukan tidak hambatan, melainkan penuh dengan liku-liku yang membuat penulis harus bekerja keras dalam mengumpulkan data-data yang sesuai dengan maksud dan tujuan melakukan penelitian. Untuk itu, penulis dengan ikhlas ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. KH. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., P.hD., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Ibnu Qizam, SE., M.Si, Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si., selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah, sekaligus Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan dengan penuh kesabaran kepada penulis.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
5. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Keluarga Besar Bank Syariah Mandiri KC Yogyakarta, Bapak Sukma Dwie Priardi, Keluarga Besar Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang (Bapak Roni Irawan, Mas Arif Triyono Supriyadi, Mbak Nana, Mbak Danti, Mas Hanung, Mas Devi, Mas Dedi, Mbak Kiki, dan seluruh staf lainnya), dan Keluarga Besar Bank Syariah Mandiri KCP Bantul, Bapak



Hari Purwanto, Mas Dedy, Mbak Dani, Mas Aris, dan seluruh staf lainnya yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Ayah dan Ibu tercinta, Drs. Yusuf Panggung Surame dan Kartini yang senantiasa memberikan dorongan, semangat, motivasi, serta doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Yusuffia Nur Rahmawati, Azhar Hamidah Amatullah, Ahmad Syaifudin Ansori, dan Aisyah Nur Halimah Sa'diah yang selalu memberikan semangat serta membangun keceriaan bersama penulis.
9. Keluarga Besar Moh. Ali Basuki dan Sugianto yang senantiasa memberikan doa dan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Sahabat-sahabatku Firda, Amour, Nadia, dan Ghania. Teman-teman Program Studi Perbankan Syariah, teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis lainnya, teman-teman organisasi: ForSEBI, FoSSEI Regional Yogyakarta dan FoSSEI Nasional, dan semua pihak yang telah memberikan membantu dan memberikan masukan dalam penulisan ini.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir serta dalam menempuh studi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga semua yang telah diberikan menjadi amal saleh dan diberi balasan melebihi apa yang telah diberikan oleh Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya.

Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 2 Mei 2016

Penyusun,



**Yusuffia Nur Azizah Istiqomah**  
**NIM. 12820012**

## 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'	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Ha'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	r	er
ز	Zai	z	zet (dengan titik di atas)
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	z	zet (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
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
ها	Ha'	h	ha (dengan titik di bawah)
ء	Hamzah	`	apostrof
ي	Ya	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, berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam 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	A
-----	Kasrah	Ditulis	i
-----	Dammah	Ditulis	u

فعل	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
تكر	Kasrah	Ditulis	<i>zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	A
جاهلية	ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	ditulis	A
تنسى	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

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartun</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

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

القران	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

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

السّماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

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

## J. Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosakata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.4 Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>9</b>
2.1 Kerangka Teori .....	9
2.1.1 Keputusan Penggunaan .....	9
2.1.2 Marketing Mix .....	12
2.1.2.1 Produk .....	13
2.1.2.2 Harga .....	14
2.1.2.3 Tempat .....	18
2.1.2.4 Promosi .....	20
2.1.3 Pelayanan .....	22
2.1.4 Tabungan BSM .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27





3.8.2.3 Analisis Regresi Berganda .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Deskripsi Umum Penelitian .....	51
4.2 Analisis Deskriptif .....	51
4.3 Analisis Kuantitatif .....	56
4.3.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	56
4.3.1.1 Uji Validitas .....	56
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	56
4.3.1.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
4.3.2 Uji Normalitas .....	58
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	60
4.3.3.1 Uji Multikolinearitas .....	60
4.3.3.2 Uji Autokorelasi .....	61
4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	62
4.3.4 Analisis Linear Berganda .....	64
4.3.4.1 Uji Statistik F .....	65
4.3.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
4.3.4.3 Uji Statistik t .....	66
4.4 Pembahasan .....	70
4.4.1 Pengaruh Variabel Produk terhadap Keputusan Penggunaan tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang .....	70
4.4.2 Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Penggunaan tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang .....	72
4.4.3 Pengaruh Variabel Tempat terhadap Keputusan Penggunaan tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang .....	75
4.4.4 Pengaruh Variabel Promosi terhadap Keputusan Penggunaan tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang .....	76
4.4.5 Pengaruh Variabel Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang .....	78
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
5.1 Simpulan .....	81
5.2 Keterbatasan .....	82

5.3 Implikasi dan Saran ..... 82

**DAFTAR PUSTAKA..... 89**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penentuan Lokasi Bank .....	19
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian .....	41
Tabel 3.2 Durbin Watson d Test .....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama .....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	54
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	54
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan .....	55
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
Tabel 4.10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi .....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji ANOVA atau $F_{Test}$ .....	65
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian .....	11
Gambar 2.2 Komponen Bauran Pemasaran .....	12
Gambar 2.3 Produk Tabungan BSM .....	26
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	30
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas Data .....	58
Gambar 4.2 Grafik Normal Plot .....	59
Gambar 4.3 Grafik Scatterplots Uji Heterokedastisitas .....	63



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali (OJK, 2014).

Perkembangan perbankan syariah sebagai bagian dari aplikasi sistem ekonomi syariah di Indonesia telah memasuki babak baru. Berbeda dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyebutkan bahwa bank syariah menjadi alternatif sistem yang ada, menurut Ikatan Bankir Indonesia atau biasa disingkat dengan sebutan IBI (2015: 110), pertumbuhan industri perbankan syariah telah bertransformasi dari sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktik perbankan syariah, menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi di tanah air. Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka.

Keputusan untuk membeli maupun menggunakan suatu produk maupun jasa biasanya terjadi setelah dilakukan beberapa pertimbangan, setelah dihadapkan beberapa kemungkinan, dan mengenyampingkan produk lain. Menurut Yulianto, meskipun agama merupakan salah satu faktor yang sangat dipertimbangkan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah, masih banyak alasan dan faktor lain yang mampu mempengaruhi pertimbangan konsumen untuk menjadi nasabah di bank syariah (2010: 537).

Salah satu faktor tersebut berasal dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah melalui strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan alat yang digunakan dalam menjalankan strategi yang dipilih. Sedangkan, menurut Muhammad dalam bauran pemasaran ini akan ditentukan bagaimana unsur-unsur produk, harga, lokasi atau sistem distribusi, dan promosi disatukan menjadi satu kesatuan sehingga sesuai dengan konsumen yang dituju (2005: 222).

Selain *marketing mix*, pelayanan merupakan salah satu hal yang penting dipertimbangkan oleh konsumen dalam menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan. Menurut Tjiptono, pelayanan merupakan terjemahan dari kata *service*, dimana pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (2001: 17).

Bank Syariah Mandiri atau selanjutnya disingkat dengan BSM, merupakan salah satu bank syariah yang ada di Indonesia. Menurut Direktur Utama Bank Syariah Mandiri Agus Sudiarto dalam situs resmi BSM ([www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id)) di tengah semakin ketatnya persaingan industri



perbankan syariah, BSM masih cukup mendominasi pangsa pasar. Hal ini dibuktikan dengan catatan perolehan Dana Pihak Ketiga (DPK) di tahun 2015 mencapai Rp 62,11 triliun. Nilai tersebut tumbuh 3,82 persen dibanding tahun sebelumnya yang mencapai Rp 59,82 triliun.

BSM juga mencatatkan peningkatan margin bagi hasil bersih sebesar 14,25 persen dari Rp 3,07 triliun per posisi Desember 2014 menjadi Rp 3,5 triliun pada Desember 2015. Dalam situs resmi BSM, Agus Sudiarto juga mengungkapkan bahwa saat ini BSM menguasai pangsa pasar Tabungan pada Desember 2015 sebesar 36,41 persen dari total dana Tabungan di perbankan syariah, naik dibandingkan pada Desember 2014 yang sebesar 35,68 persen. Juga dikatakan bahwa sampai saat ini total ekuitas BSM mencapai Rp 5,61 triliun dan sudah masuk kategori Buku III.

Melihat kinerja BSM sepanjang tahun 2015 kemarin yang terbilang cukup positif selanjutnya peneliti ini melakukan penelitian terkait dengan produk Tabungan yang disebutkan sebelumnya sampai per Desember 2015 menguasai pangsa pasar tabungan di Perbankan Syariah. Tabungan BSM merupakan salah satu produk tabungan unggulan yang ada di Bank Syariah Mandiri. Produk ini menggunakan prinsip bagi hasil dengan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* yang sesuai dengan ketentuan syariah. Pada saat ini juga konsumen cenderung untuk melihat *brand* yang terkenal daripada fungsi utama produk tersebut (Lupiyoadi, 2014: 4.10). Tabungan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri (BSM) ini menggunakan nama BSM sebagai salah satu produknya tabungannya. Untuk jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang sendiri dari data terakhir yang diperoleh pada tahun 2014, diketahui bahwa

nasabah yang menggunakan Tabungan BSM (akad *mudharabah mutlaqah*) sebesar 7.432 orang. Sedangkan, yang menggunakan Tabungan Simpatik (akad *wadiah*) sebanyak 2.091 orang (Arif, 2015).

Banyaknya lokasi atau jaringan kantor Bank Syariah Mandiri yang terdiri dari 137 Kantor Cabang, 510 Kantor Cabang Pembantu, dan 65 Kantor Kas (Statistik Perbankan Syariah, 2015: 2) memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi berkaitan dengan Tabungan BSM. Seperti yang diungkapkan Umam (2013: 119-120) bahwa tempat maupun lokasi berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah dan dalam penelitian Sulaiman (2013: 73) juga di ketahui bahwa tempat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Dapat diketahui bahwa lokasi maupun tempat ternyata berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah untuk menggunakan jasa perbankan, termasuk di antaranya adalah produk Tabungan BSM.

Kegiatan promosi juga merupakan kegiatan penting yang harus dilakukan agar masyarakat mengetahui adanya produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Seperti yang diungkapkan Arif (2016) selaku *Operation Officer* BSM KCP Kaliurang beberapa kegiatan yang dilakukan terkait promosi adalah penawaran produk oleh *customer service*, melalui kegiatan *sponsorship*, maupun melalui *event-event* yang diadakan oleh BMS. Pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nasabah menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Evi Yupitri, dkk (2012: 57) dan Shofia (2014: 87-88) mengungkapkan bahwa pelayanan

berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menjadi nasabah di bank syariah dan menggunakan produk yang ditawarkan.

Pada tahun 2015 Bank Syariah Mandiri mendapatkan 16 penghargaan yang antara lain meliputi penghargaan *Infobank Digital Brand of The Year 2015: Peringkat I Kategori Tabungan Bank Umum Syariah, Service Excellence Award 2015: Penghargaan atas Best Customer Service, Best Teller, Best ATM, Best Phone, dan Best Satpam, Corporate Image Award: Penghargaan atas Pengukuran Quality, Performance, Responsibility, dan Attractiveness, Word of Mouth Marketing Award: Penghargaan untuk Marketing dari Nasabah ke Nasabah, dan Best Brand Platinum Award: Penghargaan untuk Indonesia Best Brand Award* lebih dari 5 kali berturut-turut (Platinum). Beberapa penghargaan tersebut diperoleh oleh BSM terkait dengan prestasi yang diperoleh dalam bidang *marketing* dan juga pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya.

Dalam penelitian ini, peneliti hendak mengetahui sebenarnya apakah yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk Tabungan BSM yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri terlebih lagi yang ditawarkan pada BSM KCP Kaliurang. Dimana diketahui bahwa perilaku konsumen itu bersifat dinamis, menekankan bahwa seorang konsumen, kelompok konsumen, serta masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu (Rangkuti, 2006:59). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Marketing Mix* (Produk, Harga, Tempat, Promosi) dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan BSM (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM?
3. Bagaimana pengaruh tempat terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM?
5. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Setiap penelitian pada dasarnya mempunyai beberapa tujuan yang dapat dijadikan pedoman dalam memperkuat kedalaman analisis. Adapun penelitian ini mempunyai beberapa tujuan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM.
2. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM.
3. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh tempat terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM.

4. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM.
5. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya dan teori-teori mengenai *marketing mix* dan pelayanan. Serta dapat menjadi referensi tambahan dalam bidang *marketing mix* dan pelayanan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Bagi manajer pemasaran, hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan dan memperbaiki strategi pemasaran dan pelayanan dari pihak entitas (perbankan).

3. Kontribusi Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai bahan pertimbangan atau masukan kepada perbankan dalam rangka menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan nasabah menggunakan produk yang disediakan oleh perbankan.

#### **1.4 Sistematika Pembahasan**

Penyusunan skripsi ini akan disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN** yang berisi penjelasan yang bersifat umum, yaitu mengenai latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan, dan manfaat penelitian berserta sistematika penulisan.

**BAB II KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS** yang terdiri dari tinjauan teoritis tentang informasi mengenai variabel-variabel yang diteliti, telaah pustaka, kerangka berfikir dan hubungan antar variabel, dan hipotesis.

**BAB III METODE PENELITIAN** yang di dalamnya berisikan penjelasan mengenai jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** yang di dalamnya terdiri dari hasil analisis pengolahan data, baik pengolahan data secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, serta pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti.

**BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN** yang di dalamnya berisikan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian.

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 112 sampel responden yang menggunakan Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang dapat diketahui bahwa sebanyak 53% adalah responden laki-laki, 100% responden adalah beragama Islam, 67% responden berstatus menikah, 73% responden berusia lebih dari 26 tahun, 48% responden merupakan lulusan S1, 38% responden merupakan pegawai swasta, 62% responden pendapatannya di bawah Rp 3.000.000,00, dan berdasarkan lamanya menjadi nasabah diketahui responden sebanyak 65% sudah menjadi pengguna Tabungan BSM lebih dari 12 bulan.
2. Berdasarkan uji F secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen karena nilai  $F_{hitung} (12,962) > F_{tabel} (2,300)$  dan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan.
3. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh Adjusted  $R^2$  sebesar 0,350 yang berarti bahwa kontribusi produk, harga, tempat, promosi, dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan BSM oleh nasabah Bank Syariah Mandiri KCP



Kaliurang sebesar 35%. Sedangkan, sisanya ( $100\% - 35\% = 65\%$ ) diterangkan oleh variabel lain di luar model.

4. Dari lima variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terdapat satu variabel yang berpengaruh positif signifikan. Variabel promosi merupakan variabel yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KCP Jakal. Sedangkan, keempat variabel independen lainnya (produk, harga, tempat, dan pelayanan) tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KCP Jakal.

## 5.2 Keterbatasan

1. Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti penggunaan Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang.
2. Periode waktu penelitian yang masih terbatas, yaitu dari bulan November 2015 – Maret 2016, terkait produk Tabungan BSM yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang.
3. Variabel independen yang digunakan peneliti hanya variabel *Marketing Mix* dan pelayanan saja. Masih banyak variabel lain yang bisa mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menggunakan Tabungan BSM.

## 5.3 Implikasi dan Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hanya promosi yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan Tabungan BSM. Sedangkan, produk, harga, tempat/lokasi, dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan BSM oleh

nasabah. Sehingga, bank diharapkan mampu untuk meningkatkan kualitas produk, harga yang sesuai dengan harapan nasabah, meningkatkan kualitas tempat/lokasi, serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang terhadap nasabah.

2. Produk yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri sebenarnya sudah cukup memenuhi kebutuhan nasabah, yang antara lain meliputi sebagai media untuk menyimpan tabungan yang dimilikinya, sebagai media yang digunakan oleh nasabah untuk mendapatkan jenis layanan lain yang ada di Bank Syariah Mandiri yang mana salah satu syaratnya harus mewajibkan memiliki salah satu jenis tabungan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri. Selain Tabungan BSM yang menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah* ini, Bank Syariah Mandiri juga menawarkan jenis produk tabungan lain yang menggunakan akad *Wadiah yad Dhamanah*. Jadi, nasabah bisa memilih jenis tabungan mana yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Selain itu, melihat kerjasama yang terjalin antara BSM KCP Kaliurang dengan beberapa instansi pendidikan, BSM bisa memberikan produk Tabungan BSM khusus untuk anak sekolahan atau di beberapa bank lain biasanya disebut dengan simpanan pelajar (SimPel) dengan memberikan beberapa fasilitas berbeda seperti menurunkan biaya administrasi bulanan, menurunkan setoran awal pelajar, dan edukasi sistem bagi hasil yang ada dalam perbankan syariah.
3. Harga atau tarif yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri juga bersaing dengan produk tabungan sejenis yang menerapkan akad *mudharabah mutlaqah* di bank syariah lainnya baik dari setoran awal maupun biaya

administrasi bulanannya. Beberapa nasabah berkomentar bahwa Bank Syariah Mandiri masih kurang mengetahui darimana asal dari bagi hasil yang dihasilkan, sehingga dari beberapa nasabah belum sepenuhnya yakin dengan sistem bagi hasil yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri. Sebenarnya perolehan bagi hasil sudah ada dalam laporan keuangan bank dan agar nasabah mengetahui perolehan bagi hasil yang mereka dapatkan BSM bisa menempelkan perolehan bagi hasil yang diperolehnya kemudian ditempelkan di papan pengumuman maupun papan informasi di bank setiap periode jadi nasabah juga mengetahui perolehan bagi hasil yang diterimanya berasal dari mana.

4. Lokasi yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri (BSM), khususnya BSM KCP Kaliurang terbilang cukup strategis, dimana lokasinya yang berdekatan dengan pusat keramaian seperti perkantoran, ruko, maupun dengan pusat belanja serta mudah dijangkau juga oleh beberapa Universitas yang ada di daerah Yogyakarta seharusnya mampu untuk menarik minat serta keputusan nasabah menggunakan produk yang ditawarkan oleh BSM baik berupa Tabungan BSM maupun jasa yang diberikan lainnya. Beberapa nasabah yang diwawancarai merasa bahwa suasana di dalam kantor BSM sudah cukup baik namun kurang ditingkatkan lagi untuk tempat parkir kendaraan bermotornya. Nasabah merasa untuk parkir mobil susah, alangkah baiknya memang pihak BSM memperluas lokasi parkir kendaraan nasabah dan karena status BSM KCP Kaliurang yang berstatus sewa sebaiknya untuk ke depannya BSM dapat

memilih lokasi yang lebih strategis dan lebih luas sehingga nasabah akan lebih nyaman.

5. Promosi merupakan variabel yang berpengaruh dalam keputusan nasabah menggunakan Tabungan BSM. Beberapa nasabah yang diwawancarai mengatakan bahwa mereka menggunakan Tabungan BSM karena promosi yang diberikan oleh pihak bank dan rekomendasi orang lain. Sebagian dari nasabah Tabungan BSM menggunakan produk ini karena memang produk ini merupakan produk yang pertama direkomendasikan untuk dipakai oleh nasabah. Beberapa kegiatan promosi yang gencar dilakukan oleh pihak BSM khususnya oleh BSM KCP Kaliurang adalah membuka *stand-stand* atau gerai-gerai di beberapa instansi pendidikan yang ada di sekitar BSM KCP Kaliurang, selain itu BSM juga bekerjasama dengan beberapa instansi pendidikan dengan pemberian beasiswa, juga kerjasama seperti pelatihan praktikum di perguruan tinggi terkait perbankan syariah. Beberapa kegiatan promosi lainnya yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keputusan penggunaan Tabungan BSM antara lain:
  - a. Edukasi sejak dini berkaitan dengan perbankan syariah,
  - b. Layanan Tabungan BSM kepada siswa *on the spot*, dan
  - c. Pembukaan *stand* maupun gerai diberbagai majelis taklim atau majelis pengajian.

Edukasi dan pelayanan Tabungan BSM sejak dini ini akan mendorong anak-anak untuk lebih mengetahui apa dan bagaimana mekanisme produk yang ditawarkan bank syariah. Kerjasama yang terjalin antara BSM dengan sekolah selama ini sebatas pengenalan dan penjalinan kerjasama

beasiswa yang dilakukan ketika kegiatan temu wali murid yang ada di sekolah. Meskipun telah tercipta kerjasama yang baik antara sekolah dengan pihak bank, namun sekedar beasiswa yang diberikan peneliti rasa ini kurang bila belum dilakukan edukasi terkait dengan bank. Selain menambah wawasan siswa hal ini juga akan bermanfaat kelak siswa tersebut akan mengambil keputusan menggunakan tabungan di bank syariah.

Mayoritas nasabah yang ada di BSM KCP Kaliurang merupakan orang Islam, dimana dari mereka mengatakan bahwa menggunakan produk Tabungan BSM selama ini mencoba untuk mentaati perintah agama, salah satunya adalah menghindari transaksi yang terdapat unsur ribanya. Melihat antusias nasabah yang tinggi dan mulai memahami tentang hukum riba dalam Islam, mungkin dengan membuka stand atau gerai di beberapa majelis taklim atau majelis pengajian yang ramai dengan orang yang sedang belajar Islam salah satunya bisa dengan bertanya-tanya terkait produk Tabungan BSM yang sesuai dengan ajaran Islam. Selain itu, BSM juga bisa melakukan kerjasama dengan beberapa ulama untuk mengedukasi masyarakat terkait dengan bank syariah dan produk-produk yang ditawarkan salah satunya Tabungan BSM.

6. Pelayanan yang diberikan oleh BSM KCP Kaliurang sebenarnya sudah cukup bagus, namun ternyata hal ini tidak mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan Tabungan BSM. Meskipun demikian, pelayanan yang diberikan oleh BSM KCP Kaliurang harus lebih ditingkatkan, seperti tata letak yang ada. Salah satunya tata letak televisi

yang harus disesuaikan dengan tempat duduk nasabah dimana televisi harusnya lurus dihadapan nasabah. Pada BSM KCP Kaliurang letak televisi yang berada di samping nasabah ini sedikit mengganggu karena nasabah yang hendak menonton televisi kesusahan selagi mereka menunggu dipanggil *Teller* maupun *Customer Service*. Jam istirahat yang tidak pasti dan tidak sesuai dengan jam istirahat nasabah juga menjadi masukan. Sebaiknya, jam istirahat *Teller* maupun *Customer Service* disamakan dengan jam istirahat kantor sehingga ketika nasabah hendak melakukan transaksi nasabah tidak harus menunggu karena jam istirahat *Teller* maupun *Customer Service* yang tidak pasti tersebut. Banyaknya antrian membuat nasabah untuk menunggu untuk itu perlu ditambah lagi karyawan untuk melayani nasabah. Perlu disediakan kotak keluhan agar nasabah yang merasa kurang puas dapat memberikan kritik serta saran untuk membangun pelayanan yang berkualitas dari pihak Bank Syariah Mandiri atau dengan menggunakan alat penilai layanan yang diberikan oleh karyawan seperti beberapa alat pengukur kepuasan layanan pelanggan yang ada di beberapa toko ritel.

7. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat memasukkan variabel lain yang bisa meningkatkan pengaruh keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM. Variabel tersebut bisa seperti pengetahuan akan produk, tingkat religiusitas, kepercayaan, *brand* maupun tambahan variabel lain dengan menggunakan *Marketing Mix 7P* yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process*, dan *Customer Service*.

8. Penelitian selanjutnya bisa diperluas lagi tidak hanya meneliti tentang salah satu produk yang ditawarkan oleh bank syariah saja melainkan bisa dibandingkan dengan produk sejenis yang ada di bank syariah lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.
- Anshori, Abdul, Ghofur. 2009. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Bogor: Gema Insani.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ghazali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 edisi ke-5*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghazali, Imam. 2009. *Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hadi, Syamsul. 2006. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Jimmy, Chr., and L. Gaol. 2008. *Sistem Informasi Manajemen: Pemahaman dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Kasmir. 2004. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank: Edisi revisi Cetakan ke-3*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.



- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2001. *Principles of Marketing: Prinsip-Prinsip Pemasaran. Terj. Damos Sihombing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Manajemen: Edisi 12 Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah: Edisi Revisi*. Yogyakarta: (UPP) AMP YKPN.
- Muhammad. 2011. *Manajemen Bank Syari'ah: Edisi Revisi Kedua*. Yogyakarta: UPP – STIM YKPN.
- Oesman, Yevis, Marty. 2010. *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Depency*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Jakarta: Gramedia.
- Ruslan, Rosadi. 2010. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Utama.
- Santoso, Singgih. 2001. *Buku Latihan SPSS Parametrik*. Jakarta: Gramedia.
- Sekaran, Uma. 2007. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, William J. 1984. *Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Terj. Yohanes Lamarto*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarmo, Indiro, Gito. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sumar'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah: Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suprayitno, Eko. 2008. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press.
- Tim Penyusun Modul FEBI. 2012. *Modul Praktikum Statistik*. Yogyakarta: FEBI.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI Offset.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI Offset.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI Offset.

WS. Winkel. 2012. *Psikologi Pengajaran*. Yogyakarta: Media Abadi.

### **Jurnal:**

Abhimantra, Anggadipa, etc. 2013. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah," *Proceeding PESAT*. Vol. 5. ISSN: 1858-2559.

Chotimah, Husnul. 2014. "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta," *Syariah Accounting Paper FEB-UMS*. ISBN: 978-602-70429-2-6.

Fajri, Detha, Alfrian, dkk. 2013. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap sKeputusan Menabung," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.6, No.2.

Lestari, Alfi, Mulikhah. 2015. "Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah," *Jurnal Skripsi. Universitas Brawijaya: FEB*.

Wahab, Sulaiman. 2013. "Marketing Mix dan Religi Terhadap Minat Masyarakat," *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2, No.2.

Wuryanti, etc. 2015. "Perception and Expectation of Marketing Mix on Customer Satisfaction and Confidence in Costumer Finance Branch Mandala Multifinance Poleang, Shouteast Sulawesi Province," *ICMFE-2015*. Page. 285-291.

Yulianto, Firman. 2010. "Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Medan," *Wacana*, Vol. 13, No.4. ISSN.1411-0199.

Yupitri, Evi, dan Raina Linda. 2012. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.1, No.1.

### **Skripsi:**

Hasanah, Shofia, Mauizotun. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, Periklanan Program FAEDAH (Fasilitas Serba Mudah) Tabungan BRI Syariah Terhadap Minat Menabung Nasabah," *Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.

Masyaroh, Heni, Husni. 2014. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-Banking PT. Bank BNI Syariah Yogyakarta," *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Sa'adah, Nailus. 2010. "Analisis Terhadap Alasan Masyarakat untuk Menjadi Nasabah BNI Syariah Ditinjau Dari Perspektif *Marketing Mix*," *Skripsi* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Umam, Asyharul. 2012. "Analisis Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung Pada PT. BSM Cabang Pati," *Skripsi* Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**Wawancara:**

Arif Triyono Supriyadi (Selaku *Operation Officer*) di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang. Senin, 8 Februari 2016.

Kiki (Selaku *Shariah Funding Executing*) di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang. Senin, 21 Maret 2016.

Nana (Selaku *Teller*) di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang. Senin, 12 April 2016.

**Sumber Lain:**

Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia tahun 2007-2015

Mini Produk Bank Syariah Mandiri 2015

Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019

Website Bank Mega Syariah: [www.megasyariah.co.id](http://www.megasyariah.co.id)

Website BSM: [www.syariahmandiri.co.id](http://www.syariahmandiri.co.id)

Website OJK: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

<http://www.definisi-pengertian.com/2015/04/definisi-pengertian-minat-konsep-pendidikan.html>

<http://www.sangpengajar.com/2015/03/menentukan-f-tabel-dengan-excel.html>

<http://duwiconsultant.blogspot.co.id/2011/11/analisis-regresi-linier-berganda.html>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Terjemahan Ayat Al-Qur'an .....	xxiv
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	xxv
Lampiran 3 Data Responden .....	xxix
Lampiran 4 Hasil Kuesioner .....	xxxiv
Lampiran 5 Hasil Output SPSS .....	xxxix
Lampiran 6 Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian di BSM KCP Kaliurang .....	xlviii
Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian .....	Iv
Lampiran 8 Deskripsi Lembaga Penelitian .....	Ivi
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup .....	Ixi



## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1

Terjemahan Ayat Al-Qur'an

No	Hlm.	BAB	Terjemahan
1.	19	II	Maka makanlah yang halal lagi baik
2.	22	II	Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.
3.	27	II	Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatirkan terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.
4.	30	II	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 ampunan bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

## LAMPIRAN 2

### KUESIONER PENELITIAN

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Hari/Tanggal :.....

No. Kuisisioner :.....

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Kuisisioner ini ditunjukkan untuk keperluan skripsi mengenai **“Pengaruh Marketing Mix (Produk, Harga, Tempat, Promosi) dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan BSM**. Studi kasus kepada nasabah Bank Syariah Mandiri pengguna produk Tabungan BSM KCP Jakal. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti mengharap bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini dengan penilaian secara objektif. Data yang Anda isikan ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata. Atas bantuan dan partisipasinya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Peneliti,

**Yusuffia Nur Azizah Istiqomah**

#### PETUNJUK PENGISIAN:

Berikan tanda (X) pada alternatif jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i paling sesuai.

#### A. BIODATA RESPONDEN

Nama : .....

Alamat : .....

Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

Agama : a. Islam b. Non-Islam

Status : a. Menikah b. Belum Menikah

Usia : a. < 20 tahun d. 31 – 35 tahun

b. 20 – 25 tahun e. 36 – 40 tahun

c. 26 – 30 tahun f. > 40 tahun

- Pendidikan Terakhir : a. SD/Sederajat d. Akademi/Diploma  
b. SLTP/Sederajat e. Sarjana S1  
c. SMU/Sederajat f. Sarjana S2/S3
- Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa d. Wiraswasta  
b. Karyawan Swasta e. Ibu Rumah Tangga  
c. PNS/TNI/Polisi f. Lainnya .....
- Pendapatan/bulan : a. < Rp. 1.000.000,-  
b. Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,-  
c. Rp. 3.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,-  
d. > Rp. 5.000.000,-
- Lama Menjadi Nasabah  
BSM : a. < 3 bulan d. 9 s/d 12 bulan  
b. 3 s/d 6 bulan e. > 12 bulan  
c. 6 s/d 9 bulan

#### PETUNJUK PENGISIAN

Berikan tanda (√) atau (X) pada alternatif jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i paling sesuai.

#### Keterangan:

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

#### Variabel Produk (X1)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Tabungan BSM sesuai dengan syari'at Islam.					
2	Tabungan BSM lebih menguntungkan, adil, dan barokah.					
3	Tabungan BSM sesuai dengan kebutuhan saya.					
4	Tabungan BSM memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan.					

**Variabel Harga (X2)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Tabungan BSM terhindar dari unsur riba.					
2	Tabungan BSM menggunakan sistem bagi hasil.					
3	Nisbah bagi hasil Tabungan BSM menguntungkan.					
4	Biaya administrasi Tabungan BSM rendah.					

**Variabel Lokasi (X3)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Lokasi Bank Syariah Mandiri mudah dijangkau.					
2	Lokasi ATM Bank Syariah Mandiri mudah dijangkau.					
3	Lokasi Bank Syariah Mandiri dekat dengan perkantoran.					
4	Lokasi Bank Syariah Mandiri aman dan nyaman.					

**Variabel Promosi (X4)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengenal Tabungan BSM melalui bank.					
2	Saya menggunakan Tabungan BSM karena rekomendasi orang lain.					
3	Saya menggunakan Tabungan BSM karena iklan yang menarik.					
4	Saya menggunakan Tabungan BSM karena hadiah yang diberikan.					



**Variabel Pelayanan (X5)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Penampilan fisik dan tata ruang Bank Syariah Mandiri selaras dengan jasa yang diberikan.					
2	Karyawan Bank Syariah Mandiri memiliki pengetahuan terkait informasi produk.					
3	Karyawan Bank Syariah Mandiri dapat dipercaya terkait data nasabah.					
4	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Syariah Mandiri tidak memandang status sosial nasabah.					
5	Karyawan Bank Syariah Mandiri memberikan prosedur pelayanan yang tepat.					

**Penggunaan Produk Tabungan BSM**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menggunakan Tabungan BSM karena produknya menarik.					
2	Saya menggunakan Tabungan BSM karena nisbah bagi hasilnya bersaing dengan produk sejenis di bank lain.					
3	Saya menggunakan Tabungan BSM karena lokasi Bank Syariah Mandiri strategis.					
4	Saya menggunakan Tabungan BSM karena promosinya menarik.					
5	Saya menggunakan Tabungan BSM karena pelayanannya memuaskan.					

**LAMPIRAN 3**

**Data Responden**

No	Jenis Kelamin	Agama	Status	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Lama Menjadi Nasabah
1	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	<1500000	>12 bulan
2	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	SMU/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	<1500000	>12 bulan
3	Perempuan	Islam	Menikah	31-35 tahun	Akademi/Diploma	Ibu Rumah Tangga	1500000-3000000	<3 bulan
4	Perempuan	Islam	Menikah	26-30 tahun	S2/S3	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
5	Perempuan	Islam	Belum Menikah	<20 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	<3 bulan
6	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	PNS/TNI/Polisi	1500000-3000000	>12 bulan
7	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	Wiraswasta	>5000000	>12 bulan
8	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	SMU/Sederajat	PNS/TNI/Polisi	3000000-5000000	>12 bulan
9	Laki-laki	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	Wiraswasta	1500000-3000000	>12 bulan
10	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	3 s/d 6 bulan
11	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	<3 bulan
12	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	<3 bulan
13	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	3 s/d 6 bulan
14	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	Akademi/Diploma	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
15	Perempuan	Islam	Menikah	26-30 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	<1500000	3 s/d 6 bulan
16	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	SLTP/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	>5000000	>12 bulan
17	Perempuan	Islam	Menikah	26-30 tahun	Akademi/Diploma	Karyawan Swasta	<1500000	3 s/d 6 bulan
18	Perempuan	Islam	Belum Menikah	<20 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	>12 bulan

19	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	6 s/d 9 bulan
20	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
21	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S1	Karyawan Swasta	1500000-3000000	3 s/d 6 bulan
22	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	26-30 tahun	S1	Wiraswasta	>5000000	>12 bulan
23	Perempuan	Islam	Menikah	26-30 tahun	S1	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
24	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Wiraswasta	1500000-3000000	<3 bulan
25	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S1	Karyawan Swasta	1500000-3000000	9 s/d 12 bulan
26	Perempuan	Islam	Belum Menikah	26-30 tahun	S1	Lainnya	3000000-5000000	>12 bulan
27	Perempuan	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Wiraswasta	>5000000	>12 bulan
28	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Wiraswasta	<1500000	>12 bulan
29	Laki-laki	Islam	Menikah	36-40 tahun	SMU/Sederajat	Wiraswasta	1500000-3000000	>12 bulan
30	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Wiraswasta	3000000-5000000	>12 bulan
31	Laki-laki	Islam	Menikah	26-30 tahun	S1	PNS/TNI/Polisi	3000000-5000000	6 s/d 9 bulan
32	Laki-laki	Islam	Menikah	>40 tahun	S2/S3	Lainnya	>5000000	>12 bulan
33	Perempuan	Islam	Belum Menikah	36-40 tahun	S1	Wiraswasta	1500000-3000000	>12 bulan
34	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	SMU/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	>5000000	>12 bulan
35	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S1	Karyawan Swasta	<1500000	>12 bulan
36	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Wiraswasta	3000000-5000000	<3 bulan
37	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	>12 bulan
38	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	Akademi/Diploma	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	>12 bulan
39	Perempuan	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	<1500000	>12 bulan
40	Perempuan	Islam	Belum Menikah	<20 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	>12 bulan
41	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	<3 bulan
42	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	26-30 tahun	S1	Karyawan Swasta	1500000-3000000	<3 bulan

43	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	Akademi/Diploma	Wiraswasta	1500000-3000000	>12 bulan
44	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S1	Lainnya	1500000-3000000	<3 bulan
45	Laki-laki	Islam	Menikah	>40 tahun	SMU/Sederajat	Lainnya	>5000000	>12 bulan
46	Perempuan	Islam	Menikah	26-30 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
47	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	1500000-3000000	>12 bulan
48	Perempuan	Islam	Menikah	36-40 tahun	S1	Karyawan Swasta	<1500000	>12 bulan
49	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S1	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
50	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	Akademi/Diploma	Karyawan Swasta	<1500000	<3 bulan
51	Perempuan	Islam	Menikah	26-30 tahun	S1	Karyawan Swasta	>5000000	>12 bulan
52	Laki-laki	Islam	Menikah	26-30 tahun	S1	Karyawan Swasta	3000000-5000000	>12 bulan
53	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	SMU/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	1500000-3000000	>12 bulan
54	Laki-laki	Islam	Menikah	>40 tahun	SMU/Sederajat	Wiraswasta	1500000-3000000	>12 bulan
55	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	SLTP/Sederajat	Karyawan Swasta	<1500000	<3 bulan
56	Laki-laki	Islam	Menikah	36-40 tahun	Akademi/Diploma	Wiraswasta	1500000-3000000	>12 bulan
57	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	26-30 tahun	S1	Karyawan Swasta	3000000-5000000	>12 bulan
58	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	>5000000	>12 bulan
59	Perempuan	Islam	Menikah	26-30 tahun	S1	Wiraswasta	1500000-3000000	>12 bulan
60	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	SLTP/Sederajat	Lainnya	<1500000	>12 bulan
61	Laki-laki	Islam	Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	<3 bulan
62	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	SMU/Sederajat	Wiraswasta	>5000000	>12 bulan
63	Perempuan	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	3000000-5000000	>12 bulan
64	Laki-laki	Islam	Menikah	36-40 tahun	S1	Wiraswasta	3000000-5000000	>12 bulan
65	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	1500000-3000000	>12 bulan
66	Perempuan	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	<1500000	>12 bulan

67	Perempuan	Islam	Belum Menikah	26-30 tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	>12 bulan
68	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	PNS/TNI/Polisi	3000000-5000000	3 s/d 6 bulan
69	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	S2/S3	Wiraswasta	1500000-3000000	>12 bulan
70	Perempuan	Islam	Menikah	36-40 tahun	S1	Karyawan Swasta	<1500000	>12 bulan
71	Laki-laki	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	Wiraswasta	<1500000	>12 bulan
72	Laki-laki	Islam	Menikah	>40 tahun	S2/S3	Lainnya	3000000-5000000	>12 bulan
73	Perempuan	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	PNS/TNI/Polisi	3000000-5000000	>12 bulan
74	Laki-laki	Islam	Menikah	26-30 tahun	SMU/Sederajat	Wiraswasta	<1500000	9 s/d 12 bulan
75	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	1500000-3000000	<3 bulan
76	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	S2/S3	PNS/TNI/Polisi	3000000-5000000	>12 bulan
77	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	<1500000	3 s/d 6 bulan
78	Laki-laki	Islam	Menikah	26-30 tahun	S1	Wiraswasta	3000000-5000000	9 s/d 12 bulan
79	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S1	Karyawan Swasta	<1500000	>12 bulan
80	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	PNS/TNI/Polisi	3000000-5000000	>12 bulan
81	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	SMU/Sederajat	Wiraswasta	>5000000	>12 bulan
82	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	<1500000	>12 bulan
83	Laki-laki	Islam	Menikah	26-30 tahun	S1	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
84	Perempuan	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	PNS/TNI/Polisi	3000000-5000000	3 s/d 6 bulan
85	Laki-laki	Islam	Menikah	36-40 tahun	Akademi/Diploma	Karyawan Swasta	3000000-5000000	6 s/d 9 bulan
86	Laki-laki	Islam	Menikah	36-40 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	1500000-3000000	9 s/d 12 bulan
87	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	<1500000	9 s/d 12 bulan
88	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	3000000-5000000	>12 bulan
89	Laki-laki	Islam	Menikah	>40 tahun	S2/S3	PNS/TNI/Polisi	>5000000	>12 bulan
90	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	1500000-3000000	6 s/d 9 bulan

91	Laki-laki	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	Lainnya	3000000-5000000	>12 bulan
92	Laki-laki	Islam	Menikah	36-40 tahun	SMU/Sederajat	Lainnya	<1500000	3 s/d 6 bulan
93	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Lainnya	<1500000	>12 bulan
94	Perempuan	Islam	Menikah	26-30 tahun	Akademi/Diploma	Karyawan Swasta	3000000-5000000	<3 bulan
95	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1500000	>12 bulan
96	Perempuan	Islam	Menikah	36-40 tahun	S1	Karyawan Swasta	3000000-5000000	3 s/d 6 bulan
97	Perempuan	Islam	Menikah	36-40 tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	<1500000	>12 bulan
98	Laki-laki	Islam	Menikah	>40 tahun	S1	Lainnya	3000000-5000000	>12 bulan
99	Perempuan	Islam	Menikah	26-30 tahun	Akademi/Diploma	Karyawan Swasta	1500000-3000000	3 s/d 6 bulan
100	Perempuan	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	1500000-3000000	<3 bulan
101	Laki-laki	Islam	Menikah	31-35 tahun	S2/S3	Lainnya	>5000000	>12 bulan
102	Laki-laki	Islam	Menikah	26-30 tahun	S1	Lainnya	>5000000	<3 bulan
103	Laki-laki	Islam	Menikah	26-30 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	1500000-3000000	<3 bulan
104	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
105	Perempuan	Islam	Menikah	31-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
106	Perempuan	Islam	Belum Menikah	36-40 tahun	Akademi/Diploma	Karyawan Swasta	<1500000	<3 bulan
107	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S1	Wiraswasta	1500000-3000000	>12 bulan
108	Perempuan	Islam	Belum Menikah	26-30 tahun	S1	Wiraswasta	>5000000	3 s/d 6 bulan
109	Perempuan	Islam	Menikah	36-40 tahun	Akademi/Diploma	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
110	Laki-laki	Islam	Menikah	26-30 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
111	Laki-laki	Islam	Menikah	26-30 tahun	SMU/Sederajat	Karyawan Swasta	1500000-3000000	>12 bulan
112	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20-25 tahun	S2/S3	Karyawan Swasta	3000000-5000000	>12 bulan

LAMPIRAN 4

Hasil Kuesioner  
Data Penelitian

No	X1				X2				X3				X4				X5					Y				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	5	5	5	5	5	4	4	5	2	1
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	3	5
3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	2	2	2	5	5	3	5	5	2	3	3	3	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
6	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4
7	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
8	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	4
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	1	4	5	5	5	3	4	1	1	3
11	4	5	5	4	5	5	4	3	2	3	3	4	5	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	2	1	4
12	4	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
13	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	2	4
14	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3
15	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
16	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	4	2	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
17	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3

19	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	
20	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3	
21	4	4	4	3	3	4	3	5	2	2	4	5	4	2	4	2	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	
22	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
23	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	
24	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	
25	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
27	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	
28	4	4	5	4	3	4	3	3	5	5	5	4	3	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3	4	
29	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
30	2	3	3	4	2	3	2	5	2	2	2	3	4	2	2	2	2	5	5	5	5	4	3	2	2	4	
31	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
32	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4
33	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	
34	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	
35	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	
36	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	5	5	4	5	5	3	3	3	3	5	
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
38	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	
39	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	3	3	
40	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	
41	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	
42	3	4	5	4	3	3	3	4	2	4	4	3	2	5	2	2	3	4	1	3	4	3	2	2	3	3	



43	3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	3	4	2	4	5	5	5	4	3	3	4	3	5
44	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	2	4	3	5	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3
45	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	3	5	4	4	3	3	4	4	5	5	5	3	3	5	4	5
46	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4
47	4	4	4	4	5	4	3	4	2	2	2	4	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3
49	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
50	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4
51	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	2	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5
52	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
53	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	5	2	3	4	3	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4
55	4	4	4	4	4	4	2	5	5	4	2	4	4	2	2	2	4	2	5	5	5	4	3	4	4	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4
57	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
59	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	2	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
62	2	3	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
63	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
64	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	2	2	2	4	5	4	4	3	3	3	5	4	5
65	3	3	5	3	3	3	3	5	4	4	4	4	2	4	2	2	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2
66	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4

67	3	3	4	4	3	4	3	2	4	2	4	4	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	
68	4	3	3	2	2	3	2	3	4	2	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
69	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	5	5	4	5	5	3	2	3	2	3	
70	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	
71	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
72	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
74	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	2	2	3	4	5	4	5	4	3	3	5	4	4	
75	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	
76	4	4	4	5	4	5	4	5	5	3	3	5	5	3	3	2	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	
77	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	2	2	2	5	5	3	4	4	4	3	4	2	4	
78	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	2	4	2	4	4	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	
79	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3	4	3	4	3	2	4	5	5	4	5	3	3	3	3	3	
80	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
81	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
83	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
84	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	
86	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	
87	5	5	5	5	3	3	3	2	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	
88	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	
89	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	
90	3	4	4	2	3	3	2	4	2	2	3	4	4	1	1	1	2	3	4	4	3	2	4	2	1	5	

91	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	
92	4	5	4	3	3	5	4	4	4	2	4	5	4	4	2	2	4	5	5	5	4	2	2	4	2	4	
93	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
94	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	
95	4	4	4	4	3	4	4	2	1	1	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
96	5	3	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	2	4	4	3	4	4	3	2	4	2	4	
97	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	
98	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	1	4	4	4	4	4	3	2	3	1	4	
99	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
101	3	3	3	2	3	4	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	
102	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	2	3	4	2	1	1	3	4	3	4	4	3	3	2	1	3	
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	4	4	4	5	5	4	2	2	2	4	
104	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
105	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
106	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	
107	4	4	3	3	3	3	4	2	5	2	4	5	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	
108	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	2	5	4	4	3	3	4	3	3	4	5	3	3	3	3	4	
109	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	
110	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
112	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	2	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	

## LAMPIRAN 5

### Hasil Output SPSS

#### A. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 1. Variabel Produk (X1)

		Correlations				
		PRODUK	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
PRODUK	Pearson Correlation	1	.797**	.857**	.779**	.809**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112
X1.1	Pearson Correlation	.797**	1	.665**	.442**	.464**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112
X1.2	Pearson Correlation	.857**	.665**	1	.561**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112
X1.3	Pearson Correlation	.779**	.442**	.561**	1	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112
X1.4	Pearson Correlation	.809**	.464**	.552**	.579**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.825	.827	4

## 2. Variabel Harga (X2)

### Correlations

		HARGA	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
HARGA	Pearson Correlation	1	.847**	.868**	.809**	.592**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112
X2.1	Pearson Correlation	.847**	1	.704**	.627**	.282**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003
	N	112	112	112	112	112
X2.2	Pearson Correlation	.868**	.704**	1	.696**	.327**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112
X2.3	Pearson Correlation	.809**	.627**	.696**	1	.220*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.019
	N	112	112	112	112	112
X2.4	Pearson Correlation	.592**	.282**	.327**	.220*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.019	
	N	112	112	112	112	112

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.780	.784	4

### 3. Variabel Tempat (X3)

#### Correlations

		TEMPAT	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
TEMPAT	Pearson Correlation	1	.856**	.848**	.789**	.615**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112
X3.1	Pearson Correlation	.856**	1	.644**	.546**	.448**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112
X3.2	Pearson Correlation	.848**	.644**	1	.573**	.321**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001
	N	112	112	112	112	112
X3.3	Pearson Correlation	.789**	.546**	.573**	1	.331**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112
X3.4	Pearson Correlation	.615**	.448**	.321**	.331**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	
	N	112	112	112	112	112

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.788	.785	4

#### 4. Variabel Promosi (X4)

**Correlations**

		PROMOSI	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
PROMOSI	Pearson Correlation	1	.454**	.738**	.795**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112
X4.1	Pearson Correlation	.454**	1	.027	.154	.061
	Sig. (2-tailed)	.000		.775	.105	.521
	N	112	112	112	112	112
X4.2	Pearson Correlation	.738**	.027	1	.463**	.415**
	Sig. (2-tailed)	.000	.775		.000	.000
	N	112	112	112	112	112
X4.3	Pearson Correlation	.795**	.154	.463**	1	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.105	.000		.000
	N	112	112	112	112	112
X4.4	Pearson Correlation	.727**	.061	.415**	.574**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.521	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.601	.612	4

## 5. Variabel Pelayanan (X5)

### Correlations

		PELAYANAN	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5
PELAYANAN	Pearson Correlation	1	.650**	.798**	.735**	.787**	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X5.1	Pearson Correlation	.650**	1	.535**	.191*	.280**	.340**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.043	.003	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X5.2	Pearson Correlation	.798**	.535**	1	.433**	.471**	.509**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X5.3	Pearson Correlation	.735**	.191*	.433**	1	.632**	.519**
	Sig. (2-tailed)	.000	.043	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X5.4	Pearson Correlation	.787**	.280**	.471**	.632**	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112
X5.5	Pearson Correlation	.783**	.340**	.509**	.519**	.644**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.799	.807	5



## 6. Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

### Correlations

		TOT.Y	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
TOT.Y	Pearson Correlation	1	.694**	.582**	.731**	.774**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y1	Pearson Correlation	.694**	1	.468**	.304**	.360**	.308**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.001
	N	112	112	112	112	112	112
Y2	Pearson Correlation	.582**	.468**	1	.160	.289**	.166
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.091	.002	.080
	N	112	112	112	112	112	112
Y3	Pearson Correlation	.731**	.304**	.160	1	.592**	.397**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.091		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y4	Pearson Correlation	.774**	.360**	.289**	.592**	1	.387**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y5	Pearson Correlation	.662**	.308**	.166	.397**	.387**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.080	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.725	.723	5

## B. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.279	2.025		1.125	.263		
	PRODUK	.062	.140	.052	.441	.660	.423	2.364
	HARGA	.246	.131	.221	1.881	.063	.424	2.360
	TEMPAT	.173	.100	.160	1.722	.088	.675	1.482
	PROMOSI	.356	.100	.293	3.562	.001	.863	1.159
	PELAYANAN	.157	.097	.146	1.616	.109	.719	1.390

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

### 2. Uji Heterokedastisitas

#### Uji Glejser

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.461	1.122		-1.302	.196		
	PRODUK	.079	.078	.143	1.014	.313	.423	2.364
	HARGA	.032	.072	.062	.443	.659	.424	2.360
	TEMPAT	.070	.056	.140	1.253	.213	.675	1.482
	PROMOSI	-.072	.055	-.127	-1.293	.199	.863	1.159
	PELAYANA	.061	.054	.123	1.143	.256	.719	1.390
	N							

a. Dependent Variable: AbsKEPUTUSAN

### 3. Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.616 <sup>a</sup>	.379	.350	2.149	1.935

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, PROMOSI, PRODUK, TEMPAT, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

### C. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.09986722
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.052
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.835
Asymp. Sig. (2-tailed)		.488

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## D. Hasil Regresi Berganda

### 1. Nilai R Square

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.616 <sup>a</sup>	.379	.350	2.149	1.935

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, PROMOSI, PRODUK, TEMPAT, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

### 2. Output Uji F

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	299.266	5	59.853	12.962	.000 <sup>a</sup>
	Residual	489.448	106	4.617		
	Total	788.714	111			

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, PROMOSI, PRODUK, TEMPAT, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

### 3. Output Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.279	2.025		1.125	.263		
	PRODUK	.062	.140	.052	.441	.660	.423	2.364
	HARGA	.246	.131	.221	1.881	.063	.424	2.360
	TEMPAT	.173	.100	.160	1.722	.088	.675	1.482
	PROMOSI	.356	.100	.293	3.562	.001	.863	1.159
	PELAYANAN	.157	.097	.146	1.616	.109	.719	1.390

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

**LAMPIRAN 6**

**DOKUMENTASI PELAKSANAAN PENELITIAN DI BANK SYARIAH  
MANDIRI KCP KALIURANG**



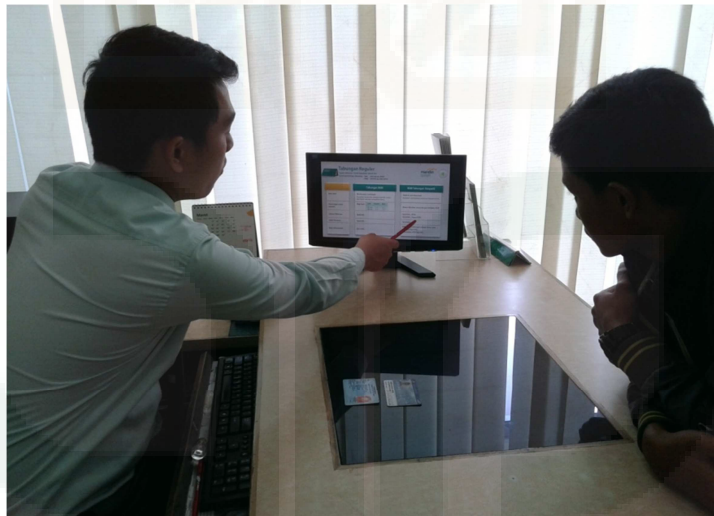
**Suasana di BSM KCP Kaliurang nasabah sedang mengantri melakukan transaksi**



***Customer Servis* sedang berinteraksi dengan nasabah**



**Mas Devi (*Customer Service*) sedang menerangkan perbedaan antara Tabungan BSM dengan Tabungan Simpatik**



**Suasana Pengisian Lembar Kuesioner oleh Nasabah Tabungan BSM  
di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang**



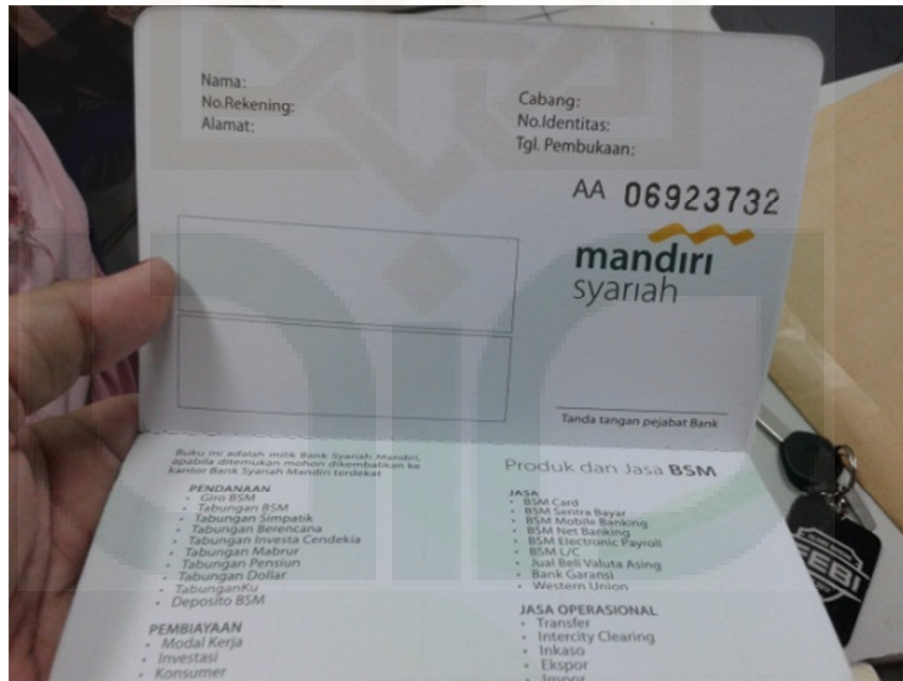




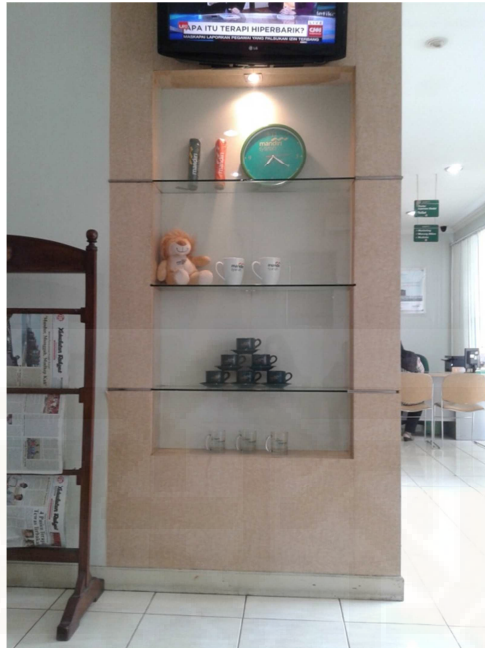




**Salah satu responden Ibu Lilik (nasabah Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KCP Jakal)**



**Contoh Buku Rekening Tabungan BSM**



Beberapa hadiah menarik yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri

**BANK SYARIAH MANDIRI**  
KCP KALIURANG  
NISBAH

TGL 17 / 03 / 2016

TABUNGAN SYARIAH MANDIRI	15 / 22 %
TABUNGAN MABRUR	15 %
TABUNGAN BERENCANA	43 / 48 %
TABUNGAN INVESTA CENDIKIA	48 %
GROSS REVENUE	9,8088 %

DEPOSITO	Rp	USD
1 BLN	50 %	13 %
3 BLN	51 %	14 %
6 BLN	52 %	15 %
12 BLN	53 %	16 %

KURS VALUTA ASING

	T T		BANK NOTES	
	SELL	BUY	SELL	BUY
USD	13 195	13 065	13 215	13 040

Papan Nisbah Bagi Hasil yang dapat berubah setiap saat

LAMPIRAN 7

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

IMG\_0001.pdf - Adobe Reader      Zuhr 11:46:24 Remaining 02:57:35

File Edit View Window Help

Open    [Icons]    1 / 1    39,8%    Tools    Fill & Sign    Comment

**mandiri syariah**  
PT Bank Syariah Mandiri  
Kantor Cabang Probolinggo Kalurung  
J. Kalurung Km. 5,476/10-A  
Yogyakarta 55283  
Telp. 0274 88741/88723  
Fax. 0274 88740  
www.ptbmsyariah.co.id

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
No: 18/0274-3/094

Assalamualaikum wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Rofi Irawan  
Jabatan : Branch Manager  
Unit Kerja : PT Bank Syariah Mandiri KCP Kalurung

Memberikan keterangan bahwa

Nama : Yusuf Nur Adziah Hidayat  
NM : 12020012  
Universitas : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Program studi : Perbankan Syariah

Telah selesai melakukan penelitian selama 3 hari mulai 15 Maret s.d. 17 Maret 2016 di Bank Syariah Mandiri KCP Kalurung.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya

Wassalamualaikum Wb Wb

**PT BANK SYARIAH MANDIRI  
KCP KALURANG**

*[Signature]*  
Rofi Irawan  
Branch Manager

Click on Tools to convert files to PDF.

## LAMPIRAN 8

### DESKRIPSI LEMBAGA PENELITIAN

#### BANK SYARIAH MANDIRI

##### I.1 Sejarah dan Profil Bank Syariah Mandiri

Berikut akan sedikit diuraikan mengenai profil Bank Syariah Mandiri (BSM) dan latar belakang berdirinya yang diunduh dari situs BSM ([www.syariahmandiri.co.id](http://www.syariahmandiri.co.id)). Berdirinya Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah dari krisis yang menerpa negeri ini. Sebagaimana kita ketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional, telah menimbulkan dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan di Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah Indonesia akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah tengah melakukan merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) ke dalam PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Akibat dari merger keempat bank ke dalam Bank Mandiri, PT. Bank Mandiri (Persero) menjadi pemilik mayoritas baru BSB.

Dalam proses merger, Bank Mandiri sambil melakukan konsolidasi juga membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di group Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Dalam kondisi seperti itulah, Tim Pengembangan Perbankan Syariah menemukan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Setelah Tim Pengembangan Perbankan Syariah mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, maka kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Kemudian Gubernur Bank Indonesia mengukuhkan perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syariah Mandiri. Bank ini hadir sebagai bank yang mengombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-



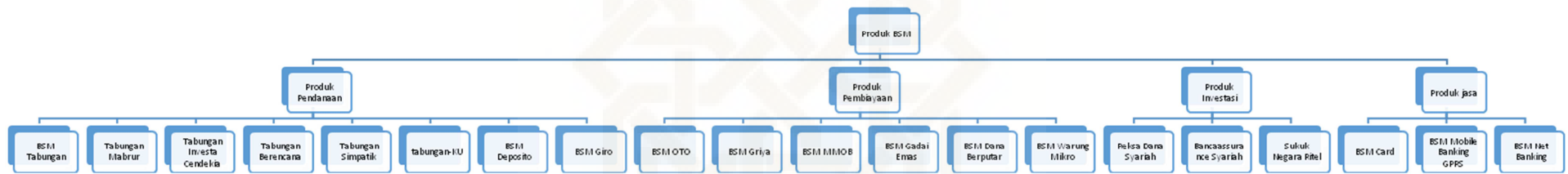
nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.

## **I.2 Kegiatan Bank Mandiri Syariah**

Kegiatan usaha menurut anggaran dasar terakhir dan kegiatan usaha yang dijalankan oleh Bank Syariah Mandiri terdapat bermacam-macam. Bidang usaha BSM berdasarkan Akta Perubahan terakhir Nomor 2 Tanggal 2 Juni 2014 persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Surat Keputusan No. AHU-12852.40.22.2014 Tanggal 10 Juni 2014, Anggaran Dasar BSM adalah:

- a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- b. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- c. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah*, akad *musyarakah*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- d. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, akad *salam*, akad *istishna* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- e. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *qardh* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, dan seterusnya.

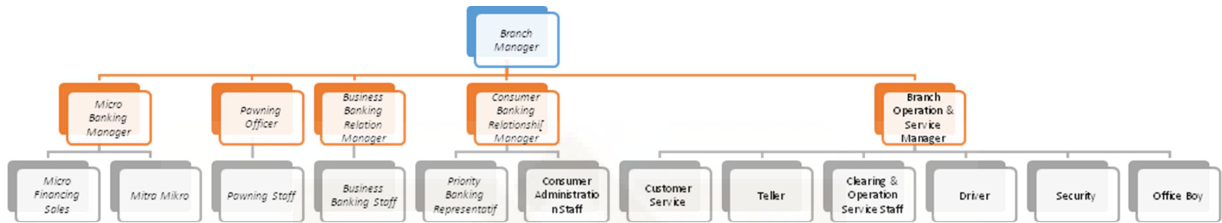
### I.3 Produk-Produk Bank Syariah Mandiri



Gambar I.1 Produk-Produk BSM



#### I.4 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Kaliurang



Gambar II.4 Struktur Organisasi BSM KCP Kaliurang

## LAMPIRAN 8

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### *Curriculum Vitae*

#### Data Pribadi

Nama : Yusuffia Nur Azizah Istiqomah  
Alamat Asal : Jl. Palagan Tentara Pelajar No. 71B  
Jongkang, Sariharjo, Ngaglik, Sleman,  
Yogyakarta  
Alamat Saat Ini : Mlesen RT.01 RW.35, Sumber Rejo,  
Tempel, Sleman, Yogyakarta  
Nomor Telepon : 081804123713/081328465305  
Email : yusuffiaazizah@gmail.com  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Kelahiran : Sleman, 27 Januari 1994  
Status : Mahasiswa  
Warga Negara : Indonesia  
Agama : Islam

#### Riwayat Pendidikan dan Pelatihan

Jenjang Pendidikan :

Periode			Sekolah / Institusi / Universitas	Jurusan	Jenjang
2000	-	2006	MIN YOGYAKARTA 1		
2006		2009	MTsN YOGYAKARTA 1		
2009		2012	MAN YOGYAKARTA III	IPA	
2012		2016	UIN SUNAN KALIJAGA	PERBANKAN SYARIAH	S1

### **Pendidikan Non Formal/Pelatihan:**

1. Pelatihan Teknologi Informasi dan Komunikasi (UIN SUNAN KALIJAGA), Yogyakarta 2012-2013
2. Pemagangan Mahasiswa Pada Dunia Industri/Dunia Usaha (UIN SUNAN KALIJAGA), Yogyakarta 2014
3. Latihan Keterampilan Manajemen bagi Mahasiswa (UIN SUNAN KALIJAGA), Yogyakarta 2014
4. Peserta seminar dan olimpiade: The 12th Sharia Economic Days 2013 (FE, Universitas Indoensia), Depok 2013
5. Peserta seminar dan olimpiade: The 13th Sharia Economic Days 2013 (FE, Universitas Indonesia), Depok 2013
6. Panitia NIECO Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
7. Panitia Launching GRES (Gerakan Ekonomi Syariah) Yogyakarta 2014
8. Panitia RAKERNAS (Rapat Kerja Nasional) FosSEI Indonesia 2014
9. ForSEI Leadership Forum (FLF): Peserta 2014, Panitia 2015
10. Sharia Economist Training (FoSSEI Region Yogyakarta): Peserta 2013, Panitia 2014, Panitia 2015
11. Big Family of Islamic Banking (BFIB): Panitia 2014
12. Aktif di KOPMA UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: Anggota 2013-2016
13. Aktif di ForSEI (Forum Studi Ekonomi Islam) atau ForSEBI (Forum Studi Ekonomi dan Bisnis Islam): Anggota (2012-2013), PSDI (2013-2014), Public Relation (2014-2015)
14. Peserta Magang Dunia Kerja di Bank Syariah Mandiri KCP Bantul, Yogyakarta 2015