

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG**

**(Studi Kasus pada Nasabah BPD DIY Syariah)**



**SKRIPSI**

DISUSUN DAN DIAJUKAN PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM

Oleh :

**RIA PANGESTI PUTRI TANIMBAR**

**NIM: 10390172**

**PEMBIMBING:**

**Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, M.Si.**

**NIP: 19661119 199203 1 002**

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

**2017**

## ABSTRACT

*BPD DIY Sharia as one of the businesses in the banking industry can not be separated from the phenomenon arising from the change in the intensity of competition the hearts of customers (clients) them. Strategies banking customers require companies to carefully determine the needs of customers from the consumer point of view rather than from a company. A good system is a system that serves what most people want. The goal is to create customer deposit and lending through. Changes experienced by customers both for internal as well as external factors is a problem for banks to understand the customer's decision.*

*The purpose of this study was to investigate the influence customer perception SUTERA Mudharabah Saving on marketing mix (product, price, place, promotion, people, physical evidence and process) against the decision of saving. This research is a survey research. The collection of data by using the method of observation, interviews, and questionnaires. The sampling technique uses accidental sampling method. Data analysis was performed using descriptive and quantitative data analysis with linear regression models. The results showed that the simultaneous perception of product, price, place, promotion, people, physical evidence and process significant positive effect on alpha 5% against the decision of saving the customer. The amount that can be explained by the influence of all independent variables on the dependent variable of 39.1%.*

*Partially, variable perception of product, price, people, physical evidence and process positive significant on the alpha of 5% on customer satisfaction. Whereas perception of place and promotion has no effect on customer satisfaction.*

*Keywords: product, price, place, promotion, people, physical evidence and process, saving decisions*

## ABSTRAKSI

BPD DIY Syariah sebagai salah satu pelaku usaha dalam industri perbankan tidak lepas dari fenomena perubahan yang timbul dari intensitas persaingan untuk mendapatkan hati pelanggan (nasabah) mereka. Strategi nasabah yang mengharuskan perusahaan perbankan untuk secara cermat menentukan kebutuhan nasabah dari sudut pandang konsumen bukan dari sudut pandang perusahaan. Sistem yang baik adalah sistem yang melayani apa yang paling diinginkan orang. Tujuannya adalah menciptakan penyimpanan dan pinjaman melalui nasabah. Perubahan yang dialami oleh nasabah baik karena faktor eksternal maupun internal merupakan permasalahan bagi perbankan dalam memahami keputusan nasabah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah Tabungan SUTERA Mudharabah tentang bauran pemasaran (*product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*) terhadap keputusan menabung. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei. Pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis data deskriptif dan kuantitatif dengan model regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, persepsi *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* berpengaruh positif signifikan pada alpha 5% terhadap keputusan menabung nasabah. Besarnya pengaruh yang bisa dijelaskan oleh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 39,1%.

Secara parsial, variabel persepsi *product, price, people, physical evidence* dan *process* berpengaruh positif signifikan pada alpha 5% terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan persepsi *place* dan *promotion* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*, keputusan menabung.



Hal : Skripsi Sdri. Ria Pangesti Putri Tanimbar  
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 Saudara:

Nama : Ria Pangesti Putri Tanimbar  
NIM : 10390172  
Judul Skripsi : **Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Menabung  
(Studi Kasus pada Nasabah BPD DIY Syariah)**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Keuangan Syariah 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 dimunaqsyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 13 Februari 2017

Pembimbing

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



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-03/RO

**PENGESAHAN SKRIPSI**  
Nomor : B-8452/Un.02/DEB/PP.05-3/03/2017

Skripsi/tugas akhir dengan judul :

**Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BPD DIY Syariah)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ria Pangesti Putri Tanimbar  
NIM : 10390172  
Telah dimunaqasyahkan pada : 24 Februari 2017  
Nilai : B+

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

**TIM MUNAQASYAH :**

Ketua Sidang

**Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.**

NIP: 9661119 199203 1 002

Penguji I

**Sunarsih, S.E., M.Si.**

NIP. 19740911 199903 2 001

Penguji II

**H.Muh. Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag.**

NIP. 19720913 200312 1 001

Yogyakarta, 3 Maret 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



**Dr. H. Syafig Mahmadah Hanafi, M.Ag.**

NIP. 19670518 199703 1 003

## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alikumWr. Wb.*

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Ria Pangesti Putri Tanimbar

NIM : 10390172

Fak. / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BPD DIY Syariah)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

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

*Wassalamu'alaikumWr. Wb.*

Yogyakarta, 13 Februari 2017

Penyusun,



Ria Pangesti Putri Tanimbar

NIM. 10390172

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai *civitas* akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ria Pangesti Putri Tanimbar  
NIM : 10390172  
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Noneksklusif (*Non-Exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BPD DIY Syariah)”**

Beserta perangkat yang ada ( jika diperlukan). Dengan hak bebas noneksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih mediaformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 13 Yogyakarta 2017

Yang menyatakan,



Ria Pangesti Putri Tanimbar  
NIM. 10390172

*MOTTO*

*I'm thankful to all those who said NO to me, it's  
because of them i did it myself*

*(Albert Eisteín)*

*Saya tidak mau pengalaman dan pengetahuan yang  
saya miliki, terkubur bersama tubuh saya ketika  
mati kelak.*

*(Bob Sadíno)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini bukanlah masterpiece yang patut dibanggakan kecuali  
karena satu alasan,  
yaitu proses memulai, membenahi, hingga sampai pada titik paripurna.*

**Dan buah dari proses rumit ini saya persembahkan untuk:**

**Bapakku; Sugiyanto, dan Mamakku; Tati Mangsombe  
Terima kasih untuk kasih sayang kalian yang tak terhingga,  
karya ini tercipta karna doa dan dukungan kalian berdua.**

**Suamiku, Mitra Gustriana  
Terimakasih untuk semua doa dan dukungannya, *you're the best  
husband.***

**Kakak-kakakku, Eko Sartanto dan Harry Siswanto yang hanya  
dengan mengingat nama kalian saja, mampu membuatku ingin  
lekas berlalu bersama tugas-tugasku.**

**Keponakanku, Tantri Agustina Putri Siswanto, kamu bayi  
lucu yang dikirim Allah untuk menjadi penyemangat *Auntie.***

***-Long live my family-***



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BPD DIY Syariah)”**. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya.

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunannya, skripsi ini tidak lepas dari dorongan orang-orang di sekitar penyusun dalam memberikan ruang dan waktunya, sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan. Oleh karena itu, secara khusus penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. KH. Yudian Wahyudi, Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. Bapak H. M Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;



4. Bapakku Sugiyanto dan Ibuku Tati Mangsombe. Terima kasih atas semua do'a, nasihat dan kasih sayang yang senantiasa tercurah tiada hentinya;
5. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si., selaku pembimbing yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran dan bimbingan sehingga terselesaikan skripsi ini;
6. Suamiku, Mitra Gustriana, S.E.I., yang telah banyak memberikan doa dan dukungannya terutama masukan-masukan perihal penyusunan skripsi ini;
7. Kakak-kakaku, Eko Hartanto dan Harry Siswanto yang selalu memberikan semangat dengan cara yang berbeda;
8. Para Dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, semoga ilmu yang telah diberikan kepada kami bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara ini;
9. Karyawan dan pegawai Tata Usaha (TU) Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, yang telah memberikan pelayanan yang baik selama ini;
10. Untuk Bapak mertuaku, bapak Sudjito, yang tak pernah bosan mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk Mba Win dan Mas Johan, terima kasih sudah memberikan tempat tinggal selama setahun ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
12. Untuk kakak iparku, Santi Seftiani terimakasih untuk doa dan dukungannya selama ini;
13. Untuk semua keponakanku, Tantri, Kio, Xevy, Putri dan Inara, kalian obat disaat penat dalam proses pengerjaan skripsi ini;

14. Untuk sahabat-sahabatku, Devi, Hegmi, Zuna, Novi dan Mu'ti yang tak pernah menyerah menjadi *reminder* di setiap lalaiku;
15. Teman-teman *ex*- KUI yang sama- sama berperang melawan waktu;
16. Seluruh sahabat dan semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, dukungan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah memberikan barakah atas kebaikan dan jasa-jasa mereka semua dengan kebaikan yang berlimpah. Demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 29 Februari 2017

Ria Pangesti Putri Tanimbar  
10390172

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 10 September 1987 nomor: 158/1987 dan nomor : 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	bā'	b	be
ت	tā'	t	te
ث	ṣā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jīm	j	je
ح	ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	khā'	kh	ka dan ha
د	dāl	d	de
ذ	ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	rā'	r	er
ز	zāi	z	zet
س	sīn	s	es
ش	syīn	sy	es dan ye
ص	ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge

ف	fā'	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	'el
م	mīm	m	'em
ن	nūn	n	'en
و	wāw	w	w
ه	hā'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	yā'	y	ye

### B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	'iddah

### C. *Tā' marbūṭah* di Akhir Kata

1. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
علة	Ditulis	'illah

Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

2. Bila diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan kedua ini terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakāh al-fiṭri</i>

### D. Vokal Pendek

__ َ __	Fathah	Ditulis	<i>a</i>
__ ِ __	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
__ ُ __	Dammah	Ditulis	<i>u</i>

### E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	Ditulis	<i>ā</i>
	جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2	Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>ā</i>
	تَنْسَى	Ditulis	<i>tansā</i>
3	Kasrah + yā' mati	Ditulis	<i>ī</i>
	كَرِيم	Ditulis	<i>karīm</i>
4	Dammah + wāw mati	Ditulis	<i>ū</i>
	فُرُوض	Ditulis	<i>furūd</i>

### F. Vokal Rangkap

1	Fathah + y ā' mati	Ditulis	<i>ai</i>
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>bainakum</i>
2	Fathah + wāw mati	Ditulis	<i>au</i>
	قَوْل	Ditulis	<i>qaul</i>

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

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>lain syakartum</i>

### H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah* ditulis dengan menggunakan huruf awal “l”

القران	Ditulis	<i>al-qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis menggandakan *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (e) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-syams</i>

### I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat Ditulis Menurut Penulisannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl al-sunnah</i>

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl al-sunnah</i>



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan .....	7

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Telaah Pustaka .....	9
B. Landasan teori.....	13
1. Pemasaran.....	13
2. Bauran Pemasaran.....	14
3. Perilaku Konsumen .....	27
C. Hipotesis .....	31

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	36
B. Populasi dan Sampel.....	37
1. Populasi .....	37
2. Sampel.....	37
C. Teknik Pengumpulan Data .....	38
1. Kuesioner .....	38
2. Wawancara .....	39
3. Observasi.....	39
D. Data dan Sumber Data .....	39
E. Definisi Operasional Variabel.....	39
1. Variabel Independen .....	40
2. Variabel Dependen.....	41
3. Instrumen Penelitian.....	41
F. Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas .....	42
I. Teknik Analisis Data.....	43
1. Analisis Deskriptif.....	43
2. Analisis Kuantitatif.....	43

## **BAB IV ANALISIS DATA**

A. Analisis Deskriptif.....	48
1. Demografi Responden.....	48
2. Kelas Sosial Responden .....	49
3. Berbagai Hal Tentang Responden.....	51
B. Analisis Kuantitatif.....	54
1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	54
2. Uji Asumsi Klasik .....	58
3. Analisis Regresi Berganda .....	60
4. Interpretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian .....	66
<b>BAB V Penutup</b>	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran .....	76
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>77</b>
<b>Lampiran</b>	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Tabel Jenis Kelamin Responden .....	53
Tabel 4.2 Tabel Umur Responden.....	53
Tabel 4.3 Tabel Status Pernikahan Responden .....	54
Tabel 4.4 Tabel Latar Belakang Pendidikan Responden .....	54
Tabel 4.5 Tabel Pekerjaan Responden Beserta Istri/ Suami .....	55
Tabel 4.6 Tabel Pendapatan Per Bulan Responden.....	56
Tabel 4.7 Tabel Lama Menjadi Nasabah .....	57
Tabel 4.8 Tabel Tujuan Utama Membuka Rekening .....	57
Tabel 4.9 Tabel Frekuensi Transaksi Per Bulan .....	58
Tabel 4.10 Tabel Alasan Memilih Menabung di Bank .....	58
Tabel 4.11 Tabel Alasan Memilih Tabungan Faedah .....	59
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas.....	67

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Terjemah Ayat Al- Qur'an .....	I
Lampiran 2: Gambaran Umum BRI Syariah.....	II
Lampiran 3: Kuesioner Penelitian.....	VI
Lampiran 4: Data Demografi Responden.....	X
Lampiran 5: Data Responden Berdasarkan Kelas Sosial.....	XIII
Lampiran 6: Data Lain-Lain Responden.....	XVI
Lampiran 7: Skala .....	XX111
Lampiran 8: Hasil Ouput SPSS.....	XXVII
Lampiran 9: Daftar Riwayat Hidup.....	XXXI

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Sejak tahun 1998, dikenal sistem perbankan Indonesia yang dikenal sebagai *dual banking system* yang berarti diakuinya sistem perbankan syariah di Indonesia melalui undang-undang syariah dalam operasionalisasi perbankannya karena diakuinya *dual banking system* yaitu sistem perbankan konvensional dan perbankan syariah oleh Bank Indonesia sebagai otoritas moneter (Fajri,dkk, JAB, vol.6, no.2, Desember 2013: 1-2). Alasan munculnya bank syariah ini menurut sejarahnya yaitu ada pada dua alasan utama, yaitu pertama alasan bahwa bunga dalam bank konvensional adalah haram karena termasuk riba yang dilarang dalam agama islam. kedua, adalah dari aspek ekonomi, dimana penyerahan resiko usaha pada salah satu pihak dirasa sangat merugikan salah satu pihak, ketidakadilan inilah yang terjadi pada bank konvensional, sedangkan dalam sistem perbankan syariah keuntungan dan kerugian yang diperoleh bergantung pada kesepakatan *akad* dan ini berlaku pada debitur maupun kreditur. Sistem inilah yang disebut bagi hasil dan lebih adil bagi kedua belah pihak.

Menurut Swastha (2006:26-27) pemasaran merupakan suatu proses kemasyarakatan yang melibatkan individu-individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran secara bebas produk dan jasa nilai dengan pihak lain. Dari beberapa variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan tersebut



dirangkailah menjadi bauran pemasaran yang digunakan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen.

Strategi pemasaran yang tepat memiliki implikasi yang besar dalam keberhasilan meraup pangsa pasar. Pelaku perbankan syariah harus memahami konsep dari bauran pemasaran jasa dan faktor-faktor yang mempengaruhi agar mampu menjadi nilai tambah dalam perkembangan bisnisnya. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Adapun faktor – faktor dalam bauran pemasaran jasa menurut Zeithaml dan Bitner terdiri dari produk, harga, promosi, proses, orang, bukti fisik, dan lokasi menjadi pertimbangan utama dalam memutuskan strategi yang tepat dalam menawarkan produk perbankan syariah kepada masyarakat (Yazid, 2001:18-21).

Menurut Schiffman dan Kanuk (terjemahan, 2008:7), perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan membuang produk dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi berbagai kebutuhannya. Selain itu Mowen dan Minor (terjemahan, 2002:6) menyatakan, bahwa perilaku konsumen merupakan suatu studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang terlibat dalam mencari, mengkonsumsi dan membuang barang – barang, jasa, pengalaman dan gagasan. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen tidak hanya terbatas pada aktivitas fisik seperti membeli barang atau jasa lalu

mengkonsumsinya, tetapi merupakan suatu proses yang berkesinambungan dan saling terkait satu dengan lainnya.

Penelitian mengenai bauran pemasaran jasa bank sudah banyak dilakukan. Beberapa diantaranya yaitu penelitian oleh Detha Alfrian Fajri pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang Malang dan penelitian Devi Kumala Sari pada Bank Kaltim Cabang Utama Samarinda . Hasil penelitian dari Detha Alfrian Fajri adalah hanya variabel *product* yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Sedangkan penelitian Devi Kumala Sari menyimpulkan bahwa variabel *product*, *promotion* dan *promotion* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah.

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

BPD DIY Syariah sebagai salah satu pelaku usaha dalam industri perbankan tidak lepas dari fenomena perubahan yang timbul dari intensitas persaingan untuk mendapatkan hati pelanggan (nasabah) mereka. Strategi nasabah yang mengharuskan perusahaan perbankan untuk secara cermat menentukan kebutuhan nasabah dari sudut pandang konsumen bukan dari sudut pandang perusahaan. Sistem yang baik adalah sistem yang melayani apa yang paling diinginkan orang. Tujuannya adalah menciptakan penyimpanan dan pinjaman melalui nasabah. Perubahan yang dialami oleh nasabah baik karena faktor eksternal maupun internal merupakan permasalahan bagi perbankan dalam memahami keputusan nasabah.

Perusahaan dengan berbagai BPD DIY Syariah yang merupakan UUS yang tergolong muda dan mempunyai segudang prestasi meskipun assetnya masih dibawah satu trilyun, menggunakan kebijakan pemasarannya demi mempertahankan kekeksisannya dan kelangsungan hidup perusahaan. Berbagai unsur-unsur pemasaran seperti meningkatkan memasang iklan-iklan di berbagai media, pamflet, *billboard* di seluruh kota di Indonesia, berbagai macam hadiah bagi nasabah, tenaga pemasar yang handal, dan lain-lain merupakan beberapa cara yang dilakukan oleh BPD DIY Syariah untuk meningkatkan kekeksisannya demi kepercayaan masyarakat agar menyimpan dananya pada BPD DIY Syariah.

Tabungan merupakan salah satu produk perbankan yang dimaksudkan untuk rekening penampung kelebihan dana nasabah setelah digunakan untuk konsumsi atau untuk operasional usaha (Wahjono,2010: 92-93). Ada beberapa hal yang perlu dianalisis mengenai pengaruh penerapan konsep bauran pemasaran

jasa agar nasabah membeli produk BPD DIY Syariah yang berupa tabungan "SUTERA" (Sarana Untuk Sejahtera) mudharabah. Perlu diketahui pula bahwa perilaku konsumen dalam menentukan suatu keputusan memang mengalami proses tahapan yaitu tahapan pengenalan, pertumbuhan dan menentukan keputusan menggunakan produk tersebut.

Dari hal di atas penulis tertarik untuk mengetahui dengan jelas tentang **"PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG (Studi Kasus pada Nasabah BPD DIY Syariah)"**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana variabel *product* berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah BPD DIY syariah?
2. Bagaimana variabel *price* berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah BPD DIY syariah?
3. Bagaimana variabel *place* berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah BPD DIY syariah?
4. Bagaimana variabel *promotion* berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah BPD DIY syariah?

5. Bagaimana variabel *process* berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah BPD DIY syariah?
6. Bagaimana variabel *people* berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah BPD DIY syariah?
7. Bagaimana variabel *physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah BPD DIY syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok masalah di atas, penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh faktor *product, price, place, promotion, process, people, dan physical evidence* terhadap keputusan menabung nasabah BPD DIY Syariah.
2. Memberikan saran dalam rangka mempertahankan dan atau meningkatkan kinerja BPD DIY Syariah agar nasabah semakin puas dan loyal.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Dari aspek kegunaan, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti
  - a. Untuk mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab permasalahan nyata dalam bidang pemasaran khususnya mengenai bauran pemasaran

jasa;

- b. Meningkatkan dan memperluas, serta mengembangkan pemahaman keilmuan peneliti secara keseluruhan.

## 2. Bagi akademisi

- a. Menjadi salah satu referensi untuk pengembangan keilmuan;
- b. Menjadi motivasi dan inspirasi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

## 3. Bagi praktisi

- a. Menjadi bahan pertimbangan nasabah dalam proses pengambilan keputusan;
- b. Menjadi bahan pertimbangan pihak manajemen BPD DIY Syariah dalam proses penentuan kebijakan secara umum, dan dalam upaya kepuasan nasabah.

### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan merupakan suatu gambaran umum penelitian, dengan mencantumkan pembahasan demi pembahasan untuk dijadikan landasan peneliti guna mengerjakan sebuah penelitian yang terdiri dari sub-sub bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan, merupakan judul yang berisikan sub-sub bab mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, dan sistematika pembahasan. dari latar belakang berisikan fenomena mengenai nasabah yang akan mengambil keputusan menabung, dan berisikan bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan menabung, serta gambaran umum BPD DIY Syariah.



Bab II Landasan Teori, di dalamnya terdapat sub-sub judul yang terdiri dari; telaah pustaka , landasan teori serta hipotesis. Dari sub judul telaah pustaka membahas mengenai penelitian-penelitian yang sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, dan landasan teori membahas teori-teori yang akan dijadikan landasan dalam penelitian ini, seperti, pemasaran, bauran pemasaran, keputusan menabung dan kerangka konseptual penelitian, dan sub bab yang terakhir mengenai hipotesis atau praduga peneliti yang akan dijadikan penelitian.

Bab III Metode Penelitian, di dalamnya berisikan sub-sub bab yang terdiri dari; jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi variabel, teknik skala pengukuran data primer, dan teknik analisis data. Bab III ini menjelaskan metode penelitian yang nantinya akan dijadikan landasan penelitian dari jenis penelitian, populasi dan pengambilan sampel sampai teknik analisis data.

Bab IV Analisa Data dan Pembahasan, di dalamnya berisikan sub-sub bab yang terdiri dari; analisis kualitatif responden, hasil analisis data, hasil uji instrumen, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi linier berganda, dan pembahasan. Dimana pada bab ini, data yang telah diperoleh oleh peneliti harus diolah dan hasil olahan datanya atau outputnya dicantumkan serta diberikan pembahasannya.

Bab V Penutup, pada bab terakhir ini, sub bab berisikan kesimpulan dan saran. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan disimpulkan poin-poinnya di bab terakhir ini, dan saran mengenai hasil penelitian baik ditujukan untuk objek penelitian atau untuk peneliti selanjutnya dicantumkan juga pada bab ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah di BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, kesimpulan dari hasil penelitian adalah:

1. Berdasarkan uji linier berganda, koefisien determinasi *adjusted R<sup>2</sup>* adalah sebesar 0,358 hal ini berarti bahwa variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* dapat menjelaskan variabel keputusan menabung sebesar 35,8%. Sedangkan sisanya sebesar 64,2% dijelaskan oleh variabel lain. Uji ANOVA atau F test terdapat F hitung sebesar 8,886 dengan profitabilitas 0,000. Karena profitabilitas lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bahwa *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah.
2. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, *product* berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari analisis

regresi bahwa nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih besar dari 0,05. Hal ini disebabkan semakin variatif *product* yang ditawarkan semakin banyak nasabah yang memutuskan untuk menabung.

3. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, *price* berpengaruh secara negatif signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari analisis regresi bahwa nilai signifikansi sebesar 0,036 lebih besar dari 0,05. Hal ini disebabkan semakin rendah biaya yang dibebankan banyak nasabah yang memutuskan untuk menabung.
4. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, *place* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari analisis regresi bahwa nilai signifikansi sebesar 0,130 lebih besar dari 0,05. Hal ini disebabkan tempat yang kurang strategis dan juga lahan parkir yang sempit mengakibatkan nasabah enggan untuk menabung di BPD DIY Syariah cabang Cik Di Tiro.
5. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, *promotion* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari analisis regresi bahwa nilai signifikansi sebesar 0,241 lebih besar dari 0,05. Hal ini disebabkan promosi yang kurang optimal, dan sebagian besar nasabah mengetahui BP DIY Syariah dari nama besar BPD DIY konvensional.

6. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, *people* berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari analisis regresi bahwa nilai signifikansi sebesar 0,045 lebih besar dari 0,05. Hal ini disebabkan semakin baik penampilan dan kemampuan karyawan semakin banyak nasabah yang memutuskan untuk menabung.
7. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, *physical evidence* berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari analisis regresi bahwa nilai signifikansi sebesar 0,040 lebih besar dari 0,05. Hal ini disebabkan semakin baik bukti fisik yang disajikan semakin banyak nasabah yang memutuskan untuk menabung.
8. Pada pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, *process* berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Bank BPD DIY Syariah. Hal ini dapat dilihat dari analisis regresi bahwa nilai signifikansi sebesar 0,023 lebih besar dari 0,05. Hal ini disebabkan semakin cepat dan mudah *process* dalam bertransaksi semakin banyak nasabah yang memutuskan untuk menabung.

## **B. Saran**

1. Bagi pihak BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta, untuk kenyamanan akses keluar-masuk kendaraan agar dapat memperluas

tempat parkir atau memberi batas pemisah antara parkir motor dan mobil. Promosi melalui berbagai media. BPD DIY Syariah merupakan bank syariah yang terbilang cukup besar, sehingga reputasi bank harus tetap terjaga. Lebih meningkatkan penanganan komplain dari nasabah sebaiknya dilaksanakan secepatnya sesuai waktu yang telah dijanjikan oleh bank.

## 2. Kepada peneliti selanjutnya

- a. Dalam penelitian ini peneliti baru membahas tujuh variabel yang dijadikan faktor yang diduga mempengaruhi keputusan, dan untuk skripsi atau penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel supaya lebih baik lagi.
- b. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperpanjang waktu penelitian dan memperluas lokasi dan sample yang digunakan sehingga hasil yang didapat lebih akurat dan bervariasi.
- c. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti bank syariah lainnya yang belum pernah diteliti. Hal tersebut dapat menjadi pembandingan penelitian ini sekaligus dapat melengkapi yang kurang dalam penelitian ini.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Basyid, Fahmi. 2006. *Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Gramedia.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta: Liberty
- \_\_\_\_\_ dan T. Hani Handoko. 2001. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- F. Engel, James dkk .*Perilaku Konsumen*. alih bahasa F. X. Budiyanto dkk, Jilid 1, Jakarta: Karisma Publishing
- Hadi, Syamsul. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII
- Kotler, Philip dkk. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 2008. Jakarta: Salemba Empat
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks

- Setiadi , Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif Tujuan dan Keinginan Konsumen* .Jakarta: Kencana
- Sugiarto, Endar. 2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy.2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu

### **Skripsi, Jurnal dan Publikasi Ilmiah**

- Fajri, Detha Alfrian, dkk. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Malang). *Jurnal Administrasi dan Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Malang
- Gultom, Dedek K. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen dan Bisnis vol.14 no. 1*. Medan: Universitas Sumatra Utara
- Putranto, Nur Ikhsan, dkk. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada warga Desa Kabongan Kidul Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang yang pernah Memilih Jasa Transpotasi PO Nusantara rute Cepu-Blora-Rembang-Jakarta). *Jurnal Administrasi dan Bisnis vol. 8 no. 2*. Malang: Universitas Brawijaya Malang
- Sari, Devi Kumala. 2015. Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Tabungan Prama Di Bank Kaltim Cabang Utama Samarinda. *Jurnal ilmu Administrasi Bisnis*. Samarinda: Universitas Mulawarman
- Tyas, Mega Ayuning. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Menjadi Mitra Perspektif Islam Pada Bmt Beringharjo Cabang Madiun. *JESST*. Surabaya: Universitas Airlangga

**TERJEMAHAN AL-QUR'AN**

	<b>Surat</b>	<b>Ayat</b>	<b>Hal</b>	<b>Terjemah</b>
1	Al-Maidah	1	19	Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu...
2	An-Nisa	29	21	Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.
3	An-Nahl	105	24	Sesungguhnya Kami telah menurunkan kitab kepadamu dengan membawa kebenaran, supaya kamu mengadili antara manusia dengan apa yang telah Allah wahyukan kepadamu, dan janganlah kamu menjadi penantang (orang yang tidak bersalah), karena (membela) orang-orang yang khianat.
4	Al-Baqarah	222	25	Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertaubat dan menyukai orang-orang yang mensucikan diri.
5	Al-Kahfi	7	27	Sesungguhnya Kami telah menjadikan apa yang di bumi sebagai perhiasan baginya, agar Kami menguji mereka siapakah di antara mereka yang terbaik perbuatannya.
6	Al-A'raaf	56	28	Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.
7	Ali Imran	186	29	kamu sungguh-sungguh akan diuji terhadap hartamu dan dirimu. dan (juga) kamu sungguh-sungguh akan mendengar dari orang-orang yang diberi kitab sebelum kamu dan dari orang-orang yang mempersekutukan Allah, gangguan yang banyak yang menyakitkan hati. jika kamu bersabar dan bertakwa, Maka Sesungguhnya yang demikian itu Termasuk urusan yang patut diutamakan.
8	Al-A'raaf	31	32	Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.





## **PROFIL BPD DIY SYARIAH**

### **A. Latar Belakang Berdirinya BPD DIY Syariah**

Beroperasinya bank syariah di Indonesia sejak tahun 1992 merupakan fase awal dalam memperkenalkan kepada masyarakat suatu sistem perbankan yang berbeda dari sistem perbankan yang berbasis bunga (sering disebut dengan bank konvensional) yang telah lama dikenal. Sistem perbankan syariah yang mengaplikasikan mekanisme dan produk yang berlandaskan prinsip syariah serta menggunakan sistem bagi hasil ternyata setelah lebih dari 14 tahun kehadirannya memperoleh tanggapan yang semakin baik di masyarakat.

Perkembangan bank syariah mulai terasa sejak dilakukan perubahan terhadap UU No. 7/1992 menjadi UU No. 10/1998 yang memberikan landasan operasi yang lebih jelas bagi bank syariah. Sebagai tindak lanjut UU tersebut, Bank Indonesia mulai memberikan perhatian lebih serius terhadap pengembangan perbankan syariah. Pada bulan April 1999 Bank Indonesia membentuk satuan kerja khusus yang menangani penelitian dan pengembangan bank syariah (Tim Penelitian dan Pengembangan Bank Syariah dibawah Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan) yang menjadi cikal bakal bagi Biro Perbankan Syariah yang dibentuk pada 31 Mei 2001. Biro Perbankan Syariah ini sekarang resmi menjadi Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia sejak bulan Agustus 2003 lalu. Akibat potensi pasar yang masih terbuka luas dan semakin pesat perkembangan jumlah bank syariah, maka sudah selayaknya Bank BPD DIY turut memanfaatkan potensi perbankan syariah di Propinsi Daerah Istimewa

Yogyakarta dan sekitarnya. Dari sudut pandang bisnis, sebagai institusi yang berorientasi pada keuntungan dan pengembangan usaha, pendirian Unit Usaha Syariah Bank BPD DIY merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pangsa pasar, keuntungan dan kinerja perusahaan. Sedangkan dilihat dari sudut pandang konsumen, kehadiran Unit Usaha Syariah Bank BPD DIY (selanjutnya disebut Bank BPD DIY Syariah) akan memungkinkan konsumen untuk dapat memperoleh fasilitas pelayanan produk syariah yang semakin bervariasi. Oleh sebab itu, pendirian Bank BPD DIY Syariah harus terencana dengan baik dan terintegrasi dengan visi dan misi perusahaan.

#### B. Landasan Hukum Operasional Bank BPD DIY Syariah

1. Peraturan Daerah (PERDA)
2. Peraturan Bank Indonesia (PBI)
3. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (Fatwa DSN-MUI)
4. Aturan Internal (SK dan SE Direksi)

#### C. Visi dan Misi Bank BPD DIY Syariah

Bank BPD DIY Syariah yang merupakan Unit Usaha Syariah dalam Bank BPD DIY haruslah memiliki sebuah visi yang mencerminkan cita-cita peran Bank BPD DIY Syariah di masa mendatang.

##### 1. Visi Bank BPD DIY Syariah

Visi Bank BPD DIY Syariah untuk menyediakan jasa keuangan bagi pemenuhan kebutuhan masyarakat. Pemenuhan jasa keuangan yang

berlandaskan prinsip syariahini diharapkan mampu mendukung visi Bank BPD DIY, melalui pengelolaan Unit Usaha Syariah yang sehat.

## 2. Misi Bank BPD DIY Syariah

Misi memberi alasan eksistensi dari Bank BPD DIY Syariah. Misi Bank BPD DIY Syariah disusun dengan lebih mempertegas kontribusi pada Bank BPD DIY melalui pencapaian laba yang wajar. Misi yang ditetapkan untuk Bank BPD DIY Syariah adalah Memberikan kontribusi pada Bank BPD DIY melalui pencapaian laba yang wajar dari hasil penyediaan jasa keuangan syariah.

## D. Produk BPD DIY Syariah Yogyakarta

BPD DIY Syariah sebagai unit layanan syariah dari BPD DIY mempunyai usaha dan produk-produk berbasis syariah sendiri, di antaranya:

### 1. Gadai Emas Syariah

Yaitu program promo paket lebaran dan tahun ajaran baru. Jika menggadaikan emas di BPD DIY Syariah nasabah bebas biaya administrasi dan biaya sewa murah yaitu Rp. 3000/gr/bulan.

### 2. Tabungan Sutura Mudharabah

Tabungan Sutura Mudharabah merupakan sarana investasi sesuai prinsip syariah yang memberikan rasa aman, rasa tentram, menguntungkan dan lebih adil. Tabungan ini memungkinkan nasabah melakukan penarikan dan penyetoran tunai dengan sangat

mudah. Keuntungan dan fasilitas dari tabungan sutera mudharabah yaitu:

- a. Investasi nasabah akan memperoleh bagi hasil yang menarik dan lebih adil.
  - b. Fasilitas-fasilitas:
    - 1) Auto debet tabungan.
    - 2) Memberikan fasilitas pembayaran zakat secara otomatis.
  - c. Transaksi on line di seluruh Kantor Layanan Syariah PT Bank BPD DIY.
  - d. Dapat dijadikan agunan pembiayaan.
  - e. Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
  - f. Persyaratan untuk dapat membuka tabungan sutera mudharabah sangat mudah, yaitu:
    - 1) Fotokopi kartu identitas diri.
    - 2) Setoran awal minimum Rp. 50.000 atau Rp. 100.000 bila menggunakan fasilitas ATM.
    - 3) Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000
3. Pembiayaan Produktif Bank BPD DIY Syariah

Pembiayaan produktif ini diberikan Bank BPD DIY Syariah kepada nasabah untuk pemenuhan bermacam kebutuhan dan mendukung kemajuan usaha nasabah. Pembiayaan ini meliputi akad pembiayaan Mudharabah, Musyarakah, dan Murabahah. Pembiayaan yang ditawarkan yaitu:

- a. Pembiayaan Modal Kerja
  - 1) Pembelian persediaan bahan baku untuk proses produksi

- 2) Pembelian barang dagangan untuk dijual kembali
  - 3) Pengadaan atau penyediaan barang dalam rangka pelaksanaan suatu proyek berdasarkan kontrak kerja
- b. Pembiayaan Investasi
- 1) Pengadaan mesin, alat-alat berat atau peralatan usaha
  - 2) Pengadaan kendaraan bermotor untuk usaha
  - 3) Pengadaan bangunan/pabrik tempat usaha

Keuntungan dan Fasilitas yang didapatkan nasabah yang mengajukan pembiayaan produktif ialah:

- a. Pembiayaan dengan prinsip syariah ini akan dapat memenuhi bermacam kebutuhan bagi nasabah dengan rasa aman, tentram, menguntungkan serta adil.
- b. Rasa tentram karena sesuai dengan prinsip syariah.
- c. Jelas dan menguntungkan karena terjadi kesepakatan pada awal akad.
- d. Jangka waktu sesuai kebutuhan.

Persyaratan umum pembiayaan bagi nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan produktif di BPD DIY Syariah antara lain:

- a. Mengisi formulir permohonan pembiayaan
- b. Fotokopi identitas diri KTP
- c. Ijin usaha
- d. Laporan keuangan
- e. Memiliki rekening tabungan pada Bank BPD DIY Syariah

#### 4. Giro Wadiah

Giro wadiah merupakan simpanan yang menggunakan prinsip syariah, yang ditujukan bagi nasabah perorangan, badan usaha, dan lembaga pemerintah untuk mendukung aktivitas keuangan dan usaha. Sesuai prinsip syariah, selain memudahkan nasabah dalam menjalankan transaksi juga memberikan rasa aman dan tenang. Keuntungan dan fasilitas yang didapatkan nasabah jika menggunakan giro wadiah ialah:

- a. Bersifat titipan (wadiah), dapat diambil setiap saat (on call) dan dijamin pengembaliannya
- b. Fasilitas-fasilitas
  - 1) Cek, bilyet giro dan sarana perintah pembayaran lainnya
  - 2) Transaksi dapat dilakukan melalui kliring
  - 3) Autodebit tagihan bulanan
  - 4) Memberikan fasilitas pembayaran zakat secara otomatis
- c. Transaksi on-line di seluruh kantor layanan Bank BPD DIY Syariah
- d. Catatan rekening koran sesuai kebutuhan nasabah
- e. Dapat dijadikan agunan pembiayaan
- f. Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
- g. Persyaratan yang harus disediakan jika ingin membuka rekening giro wadiah.
  - 1) Fotokopi identitas diri KTP, ijin usaha dan NPWP
  - 2) Setoran awal:

a) Perorangan minimum Rp. 1.000.000

b) Badan usaha minimum Rp. 2.000.000

#### 5. Deposito Mudharabah

Deposito Mudharabah merupakan pilihan investasi dengan jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan ditujukan kepada nasabah yang ingin berinvestasi sesuai prinsip syariah. Nasabah dapat memilih nominal deposito dengan angka cantik. Dana nasabah akan

diinvestasikan secara optimal dan selektif melalui pembiayaan yang berguna bagi kepentingan umat. Keuntungan dan fasilitas yang didapatkan jika mempunyai

rekening deposito mudharabah yaitu:

- a. Investasi nasabah akan memperoleh bagi hasil yang menarik dan lebih adil.
- b. Dapat diperpanjang secara otomatis (automatic roll over) pada saat jatuh tempo.
- c. Memberikan fasilitas pembayaran zakat secara otomatis.
- d. Dapat dijadikan agunan pembiayaan.
- e. Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).
- f. Persyaratan yang harus dibawa untuk membuka rekening deposito mudharabah:

- 1) Fotokopi identitas diri (KTP) untuk perseorangan.
- 2) Fotokopi akta pendirian dan NPWP untuk badan usaha.
- 3) Nilai nominal minimum Rp. 1.000.000 (satu juta rupiah).



## 6. Tabungan Pendidikan Salam Mudharabah

Tabungan Salam Mudharabah merupakan sarana investasi yang dipersiapkan untuk pendidikan sesuai prinsip syariah dan memberikan rasa aman, tentram, menguntungkan serta lebih adil. Tabungan untuk biaya pendidikan yang lebih terencana dengan fasilitas penarikan dan penyetoran tunai secara sangat mudah. Peruntukan Tabungan :

- a. Nasabah perorangan dan diutamakan anak sekolah
- b. Persiapan biaya pendidikan

Keuntungan dan Fasilitas :

- a. Investasi nasabah akan memperoleh bagi hasil yang menarik dan lebih adil.
- b. Fasilitas-fasilitas
  - 1) Auto debet tabungan
  - 2) Memberikan fasilitas pembayaran zakat secara otomatis
  - 3) Transaksi on line diseluruh Kantor Layanan Syariah
  - 4) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)

Persyaratan yang harus dipenuhi untuk membuka tabungan pendidikan salam mudharabah adalah:

- a. Fotokopi kartu identitas diri.
- b. Setoran awal minimum Rp. 25.000.
- c. Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000.

## 7. Tabungan Qurban Salam

Tabungan Qurban Salam merupakan sarana investasi yang dipersiapkan untuk melaksanakan ibadah Qurban pada Hari Raya Idul Adha. Tabungan persiapan qurban yang lebih terencana dengan fasilitas penarikan dan penyetoran tunai secara sangat mudah. Tabungan ini diperuntukkan untuk:

- a. Nasabah perorangan
- b. Persiapan untuk biaya qurban

Keuntungan dan fasilitas yang di dapatkan nasabah jika membuka tabungan ini yaitu:

- a. Investasi nasabah akan memperoleh bagi hasil yang menarik dan lebih adil.
- b. Fasilitas-fasilitas:
  - 1) Auto debet tabungan
  - 2) Memberikan fasilitas pembayaran zakat secara otomatis
  - 3) Transaksi on line diseluruh Kantor Layanan Syariah PT Bank BPD DIY
  - 4) Dapat dijadikan agunan pembiayaan
  - 5) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Syariah (LPS)

Persyaratan yang harus dipenuhi untuk dapat membuka tabungan Qurban Salam adalah:

- a. Fotokopi kartu identitas diri
- b. Setoran awal minimum Rp. 50.000
- c. Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000
- d. Saldo minimal yang harus disisakan sebesar Rp. 25.000

- e. Penarikan tabungan hanya boleh dilakukan 1 bulan sebelum Hari Raya Idul Adha sampai dengan Hari Tasyrik.



## DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN

No	Produk (X1)						Harga (X2)						Tempat (X3)						Promosi (X4)						Orang (X5)						Bukti Fisik (X6)					
	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total
1	4	3	3	3	4	17	3	3	4	4	2	16	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	3	18	5	5	5	4	5	24	3	3	3	3	3	15	4	2	2	2	3	13	4	4	4	3	3	18
3	3	3	3	2	2	13	4	5	4	5	3	21	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	3	17
4	5	5	5	5	4	24	4	5	5	4	4	22	5	5	4	4	5	23	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	3	17
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	2	16	5	5	5	4	5	24	2	2	1	3	2	10	4	2	2	2	3	13	4	4	3	3	3	17
6	4	4	4	4	4	20	5	4	5	3	3	20	5	4	4	4	4	21	4	3	3	3	3	16	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	3	18
7	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	2	16	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	5	24	4	2	2	2	3	13	4	4	2	2	2	14
8	4	4	3	3	3	17	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	3	2	3	16	4	4	4	4	3	19
9	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	3	4	4	3	4	18	5	5	4	4	5	23	4	4	3	3	3	17
10	4	4	4	4	4	20	5	4	5	3	3	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
11	4	4	3	3	3	17	5	4	4	2	2	17	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	2	16
12	4	4	4	3	3	18	5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	4	21	3	3	3	3	3	15	4	2	2	2	3	13	4	4	4	4	3	19
13	3	3	3	2	2	13	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	3	16	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
14	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	5	23	4	4	3	3	4	18	4	4	3	2	2	15
15	4	4	4	4	4	20	4	3	4	2	3	16	5	4	4	4	4	21	2	2	2	2	2	10	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
16	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	5	4	4	4	4	21	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	4	18	4	4	3	2	2	15
17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	4	21	3	3	2	3	3	14	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
18	4	4	3	3	3	17	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	4	3	2	3	16	4	4	4	4	4	20
19	5	5	4	4	5	23	3	3	4	3	3	16	4	4	3	3	4	18	4	3	4	4	4	19	5	5	4	4	5	23	4	4	3	3	2	16
20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	5	5	21	5	4	4	4	4	21	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	2	16
21	4	4	4	4	4	20	4	5	4	2	4	19	4	3	3	3	3	16	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	2	16
22	3	3	3	2	3	14	4	5	5	3	3	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	3	2	2	2	1	10
23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
24	4	4	3	3	3	17	5	4	5	4	4	22	4	3	3	4	4	18	3	4	4	4	4	19	4	3	2	2	3	14	4	4	4	3	3	18
25	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	4	4	3	2	3	16	3	3	2	2	2	12
26	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	4	21	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
27	4	4	4	4	4	20	5	5	4	3	3	20	5	4	4	4	4	21	3	3	4	3	3	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
28	4	4	4	4	4	20	4	5	5	3	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17

29	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	3	2	3	16	4	4	3	2	2	15
30	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23	4	5	4	4	4	21	5	5	4	4	5	23	4	4	3	3	4	18	5	5	5	5	5	25
31	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	4	20	4	3	3	2	3	15	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	3	19	5	5	5	4	3	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	3	3	2	3	15	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	3	4	19	5	4	5	2	2	18	4	5	5	4	5	23	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
34	4	4	4	4	4	20	5	5	5	3	3	21	5	3	3	5	4	20	5	3	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	3	2	2	15
35	5	5	5	4	4	23	2	3	2	2	3	12	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24	4	4	4	3	4	19	5	5	5	4	4	23
36	4	4	4	4	3	19	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	5	23	4	4	3	2	3	16	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	3	19	5	4	5	4	4	22	5	3	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
38	4	4	3	3	3	17	4	3	4	4	3	18	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16	4	4	3	2	3	16	4	4	3	3	2	16
39	3	3	3	2	3	14	4	5	5	5	5	24	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	2	2	2	3	13	4	4	2	2	2	14
40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	5	4	4	5	5	23	5	5	4	4	5	23	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	3	22	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	3	2	2	2	2	11	4	4	4	4	4	20
42	3	3	3	2	3	14	3	3	4	2	2	10	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	3	3	4	18	4	4	2	2	2	14
43	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
44	4	4	3	3	3	17	5	5	5	5	5	25	4	3	3	4	4	18	4	3	3	3	3	16	4	3	2	2	3	14	4	4	3	3	3	17
45	4	4	4	4	4	20	4	5	5	2	3	19	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24	4	4	3	2	3	16	4	4	4	4	4	20
46	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20	4	4	3	2	2	15
47	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	4	21	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20	5	5	5	3	3	21	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
49	3	3	3	3	3	15	5	5	5	2	2	19	4	4	4	2	4	18	2	2	2	3	2	11	4	4	3	2	3	16	4	4	3	2	2	15
50	5	5	5	5	4	24	5	5	5	1	2	18	5	4	4	4	4	21	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	4	18	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16	4	4	3	3	2	16
52	3	3	3	3	2	14	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	5	23	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	3	18
53	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	3	21	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	3	2	2	15
54	4	4	3	3	3	17	5	5	5	4	4	23	3	3	3	2	2	13	4	5	3	3	4	19	5	5	5	5	5	25	4	4	3	2	2	15
55	4	4	4	4	4	20	5	5	5	2	2	19	5	5	5	4	5	24	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
56	3	3	3	3	3	15	3	5	4	2	2	16	5	4	4	4	4	21	4	5	3	3	4	19	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	4	24

No	Produk (X1)	Harga (X2)	Tempat (X3)	Promosi (X4)	Orang (X5)	Bukti Fisik (X6)
----	-------------	------------	-------------	--------------	------------	------------------

	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total						
57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	5	23	4	3	3	2	3	15	5	5	5	5	5	25
58	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23
59	5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	4	21	5	5	5	4	5	24	4	5	3	3	4	19	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
61	3	3	3	3	3	15	5	4	5	2	4	20	4	4	4	3	4	19	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
62	4	4	4	4	3	19	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	3	17	5	4	4	4	4	21	4	4	3	2	2	15
63	4	4	4	4	3	19	5	5	4	4	5	23	4	4	4	3	4	19	3	4	3	5	4	19	4	3	3	2	3	15	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20	3	3	2	2	3	13	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
65	5	5	5	4	4	23	5	4	4	3	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	3	4	19	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	5	5	4	4	4	22	3	2	2	1	2	10	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	2	16
67	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	2	3	4	3	3	15	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20
68	4	4	3	3	3	17	5	4	4	4	4	21	3	3	3	3	3	15	4	2	2	2	3	13	4	4	3	3	4	18	4	3	3	3	3	16
69	4	3	3	2	2	14	4	4	3	3	4	18	4	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	10	4	3	3	3	3	16	4	3	2	2	2	13
70	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	4	2	2	2	3	13	4	4	4	3	3	18
71	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	4	18	5	5	5	4	4	23
72	4	3	3	2	2	14	4	3	3	2	3	15	4	4	3	2	3	16	3	4	4	3	4	18	5	5	4	4	5	23	4	4	4	3	3	18
73	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20
74	4	4	3	3	2	16	4	4	4	3	4	19	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	3	2	2	14
75	4	4	4	4	4	20	4	3	2	2	3	14	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	2	16
76	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	5	23	4	5	3	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	3	2	3	4	3	15	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
79	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	4	18	4	4	3	2	3	16	5	4	4	4	4	21	4	3	3	3	3	16	4	3	3	3	3	16
80	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	24	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	2	16
81	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	4	21	3	3	3	5	4	18	4	3	3	2	3	15	4	4	3	2	2	15
82	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	5	5	4	4	5	23	3	2	2	1	2	10	4	3	3	2	3	15	4	4	3	2	2	15
83	4	3	4	4	4	19	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
84	4	4	4	4	4	20	3	3	2	2	3	13	5	4	4	4	4	21	4	3	3	2	3	15	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19
85	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
86	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	3	19
87	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
88	4	4	3	3	3	17	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	3	3	3	3	16	4	4	4	3	3	18

89	3	3	3	2	3	<b>14</b>	4	4	3	3	4	<b>18</b>	5	5	5	4	5	<b>24</b>	3	4	1	3	3	<b>14</b>	4	2	2	2	3	<b>13</b>	4	4	3	3	3	<b>17</b>
90	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	5	4	5	<b>24</b>	3	3	4	4	4	<b>18</b>	4	4	3	3	4	<b>18</b>	4	4	3	3	3	<b>17</b>
91	4	3	3	3	4	<b>17</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	3	3	4	<b>18</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>
92	4	4	4	3	3	<b>18</b>	4	4	3	2	3	<b>16</b>	5	5	5	4	5	<b>24</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	4	2	2	2	3	<b>13</b>	4	4	4	3	3	<b>18</b>
93	3	3	3	2	2	<b>13</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	4	4	4	3	4	<b>19</b>	4	4	3	3	4	<b>18</b>	4	4	4	3	4	<b>19</b>	4	4	3	3	3	<b>17</b>
94	5	5	5	5	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	4	4	3	3	4	<b>18</b>	4	4	3	3	3	<b>17</b>
95	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	5	4	5	<b>24</b>	2	2	1	3	2	<b>10</b>	4	2	2	2	3	<b>13</b>	4	4	3	3	3	<b>17</b>
96	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	4	3	3	3	3	<b>16</b>	4	4	3	3	4	<b>18</b>	4	4	4	3	3	<b>18</b>
97	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	5	5	5	4	5	<b>24</b>	4	2	2	2	3	<b>13</b>	4	4	2	2	2	<b>14</b>
98	4	4	3	3	3	<b>17</b>	4	4	3	3	4	<b>18</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	3	2	3	<b>16</b>	4	4	4	4	3	<b>19</b>
99	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	3	4	4	3	4	<b>18</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	4	4	3	3	3	<b>17</b>
100	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	3	<b>19</b>







## Deskripsi Karakteristik Responden

### Statistics

	N	
	Valid	Missing
Jenis Kelamin Responden	100	0
Usia Responden	100	0
Status Perkawinan Responden	100	0
Pendidikan Responden	100	0
Pendidikan Suami/Istri	100	0
Pendapatan Keluarga/Bulan	100	0
Pekerjaan Responden	100	0
Pekerjaan Suami/Istri	100	0
Lama Menjadi Nasabah	100	0
Frekuensi Transaksi Di Bank	100	0
Tujuan Utama Membuka Rekening	100	0
Alasan Memilih Menabung di BDP DIY	100	0
Alasan Memilih Tabungan SUTERA Mudharabah	100	0

### Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	54	54.0	54.0	54.0
	Perempuan	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29 Tahun	20	20.0	20.0	20.0
	30-39 Tahun	36	36.0	36.0	56.0
	40-49 Tahun	22	22.0	22.0	78.0
	>= 50 Tahun	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Status Perkawinan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menikah	97	97.0	97.0	97.0
	Belum Menikah	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Pendidikan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/MA/SMK	19	19.0	19.0	19.0
	Diploma	24	24.0	24.0	43.0
	S1	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pendidikan Suami/Istri**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA/MA/SMK	17	17.0	17.0	17.0
Diploma	38	38.0	38.0	55.0
S1	45	45.0	45.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pendapatan Keluarga/Bulan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 3.000.000	40	40.0	40.0	40.0
Rp.3.000.000-Rp.5.000.000	32	32.0	32.0	72.0
Rp.5.000.100-Rp.7.500.000	26	26.0	26.0	98.0
Rp.7.500.100-Rp.10.000.000	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pekerjaan Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TNI/POLRI	4	4.0	4.0	4.0
PNS	29	29.0	29.0	33.0
Pegawai Swasta	37	37.0	37.0	70.0
Wiraswasta	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pekerjaan Suami/Istri**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS	22	22.0	22.0	22.0
Pegawai Swasta	52	52.0	52.0	74.0
Wiraswasta	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Lama Menjadi Nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 Tahun	30	30.0	30.0	30.0
1-2 Tahun	42	42.0	42.0	72.0
2,01-3 Tahun	18	18.0	18.0	90.0
> 3 Tahun	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Frekuensi Transaksi Di Bank**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	2 Kali	34	34.0	34.0	34.0
Valid	3 Kali	44	44.0	44.0	78.0
	> 3 Kali	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Tujuan Utama Membuka Rekening

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Untuk menyimpan dana (menabung)	76	76.0	76.0	76.0
	Mempemudah pembayaran angsuran pembiayaan	15	15.0	15.0	91.0
	Mempemudah pembayaran listrik, telpon, dll	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Alasan Memilih Menabung di BDP DIY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karena reputasi BPD DIY Syariah Baik	96	96.0	96.0	96.0
	Karena lokasi dekat dari rumah	3	3.0	3.0	99.0
	Karena disarankan orang lain	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Alasan Memilih Tabungan SUTERA Mudharabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karena sudah sesuai dengan ketentuan syariah	94	94.0	94.0	94.0
	Karena biaya administrasinya terjangkau	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Hasil Uji Validitas

### Uji Validitas Variabel Produk (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.917**	.773**	.717**	.605**	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.917**	1	.787**	.744**	.591**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.773**	.787**	1	.865**	.662**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.717**	.744**	.865**	1	.728**	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.605**	.591**	.662**	.728**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.889**	.898**	.920**	.922**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### Uji Validitas Variabel Harga (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.617**	.620**	.317**	.306**	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.617**	1	.640**	.262**	.278**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.620**	.640**	1	.382**	.187	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.063	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.317**	.262**	.382**	1	.739**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.306**	.278**	.187	.739**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.063	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.724**	.700**	.704**	.788**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### Uji Validitas Variabel Tempat (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.485	.468	.588	.575	.742
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.485	1	.739	.415	.824	.845
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.468	.739	1	.556	.744	.848
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.588	.415	.556	1	.638	.774
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.575	.824	.744	.638	1	.920
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.742	.845	.848	.774	.920	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### Uji Validitas Variabel Promosi (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.761	.686	.572	.807	.872
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.761	1	.689	.571	.880	.888
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.686	.689	1	.701	.843	.887
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.572	.571	.701	1	.759	.802
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.807	.880	.843	.759	1	.970
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X4	Pearson Correlation	.872	.888	.887	.802	.970	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

## Uji Validitas Variabel Orang (X5)

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	Total_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.426	.386	.402	.536	.557
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.426	1	.781	.655	.804	.880
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.386	.781	1	.864	.739	.923
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	.402	.655	.864	1	.807	.911
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.5	Pearson Correlation	.536	.804	.739	.807	1	.916
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X5	Pearson Correlation	.557	.880	.923	.911	.916	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

## Uji Validitas Variabel Bukti Fisik (X6)

Correlations

		X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	X6.5	Total_X6
X6.1	Pearson Correlation	1	.877	.692	.601	.626	.785
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X6.2	Pearson Correlation	.877	1	.684	.588	.602	.776
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X6.3	Pearson Correlation	.692	.684	1	.860	.838	.939
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X6.4	Pearson Correlation	.601	.588	.860	1	.901	.937
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X6.5	Pearson Correlation	.626	.602	.838	.901	1	.938
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000

	N	100	100	100	100	100	100
Total_X6	Pearson Correlation	.785**	.776**	.939**	.937**	.938**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### Uji Validitas Variabel Proses (X7)

		Correlations					
		X7.1	X7.2	X7.3	X7.4	X7.5	Total_X7
X7.1	Pearson Correlation	1	.723**	.694**	.689**	.716**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X7.2	Pearson Correlation	.723**	1	.842**	.757**	.680**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X7.3	Pearson Correlation	.694**	.842**	1	.877**	.870**	.954**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X7.4	Pearson Correlation	.689**	.757**	.877**	1	.893**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X7.5	Pearson Correlation	.716**	.680**	.870**	.893**	1	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X7	Pearson Correlation	.811**	.866**	.954**	.946**	.937**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung (Y)

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total_Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.925**	.622**	.258**	.434**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.010	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.925**	1	.734**	.328**	.408**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.622**	.734**	1	.671**	.542**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.258**	.328**	.671**	1	.576**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.010	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.434	.408	.542	.576	1	.676
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.831	.879	.899	.697	.676	1
Total_Y1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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





## Hasil Uji Reliabilitas

### Uji Reliabilitas Variabel Produk (X1)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	14.89	5.513	.835	.913
X1.2	14.95	5.301	.841	.910
X1.3	15.08	5.185	.873	.903
X1.4	15.25	4.634	.861	.907
X1.5	15.31	5.327	.708	.935

### Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	15.83	6.466	.585	.736
X2.2	15.98	6.525	.553	.744
X2.3	15.95	6.230	.567	.737
X2.4	16.55	5.058	.593	.736
X2.5	16.41	5.820	.541	.746

### Uji Reliabilitas Variabel Tempat (X3)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	16.41	4.446	.616	.881
X3.2	16.84	3.853	.738	.855
X3.3	17.00	4.081	.761	.850
X3.4	17.13	4.134	.636	.879
X3.5	16.86	3.697	.863	.823

### Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X4)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	14.90	9.727	.791	.918
X4.2	15.06	9.613	.816	.913
X4.3	15.21	9.723	.815	.913
X4.4	15.23	10.967	.711	.932
X4.5	15.00	9.535	.952	.887

## Uji Reliabilitas Variabel Orang (X5)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	13.81	6.782	.473	.926
X5.2	14.21	4.592	.791	.862
X5.3	14.56	4.512	.866	.843
X5.4	14.78	4.153	.829	.858
X5.5	14.20	5.030	.870	.849

## Uji Reliabilitas Variabel Bukti Fisik (X6)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

X6.1	14.04	7.675	.734	.913
X6.2	14.09	7.315	.706	.907
X6.3	14.55	5.381	.893	.855
X6.4	14.82	5.018	.881	.860
X6.5	15.02	4.828	.878	.865

### Uji Reliabilitas Variabel Proses (X7)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X7.1	14.25	10.412	.754	.943
X7.2	14.46	9.423	.807	.927
X7.3	14.78	7.911	.923	.901
X7.4	15.05	7.644	.906	.905
X7.5	15.34	7.277	.883	.915

### Uji Reliabilitas Variabel Minat Mengajak (Y)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	14.97	3.444	.719	.797
Y1.2	15.06	2.946	.765	.785
Y1.3	15.47	3.363	.832	.768
Y1.4	15.97	3.686	.499	.861
Y1.5	16.45	4.452	.586	.845

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Smirnov

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.79215658
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.068
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		.978
Asymp. Sig. (2-tailed)		.294

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Hasil Uji Multikolinieritas

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Proses (X7), Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6), Orang (X5), Tempat (X3) <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

b. All requested variables entered.

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Produk (X1)	.737	1.358
	Harga (X2)	.967	1.034
	Tempat (X3)	.749	1.336
	Promosi (X4)	.929	1.077

Orang (X5)	.898	1.114
Bukti Fisik (X6)	.897	1.114
Proses (X7)	.943	1.060

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)



## Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Proses (X7), Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6), Orang (X5), Tempat (X3) <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: AbsUt

b. All requested variables entered.

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.824	1.730		1.632	.106
	Produk (X1)	.006	.050	.015	.129	.897
	Harga (X2)	-.031	.040	-.081	-.782	.436
	Tempat (X3)	-.065	.056	-.136	-1.162	.248
	Promosi (X4)	.056	.032	.183	1.742	.085
	Orang (X5)	-.009	.046	-.021	-.201	.841
	Bukti Fisik (X6)	-.041	.042	-.104	-.975	.332
	Proses (X7)	.013	.034	.040	.381	.704

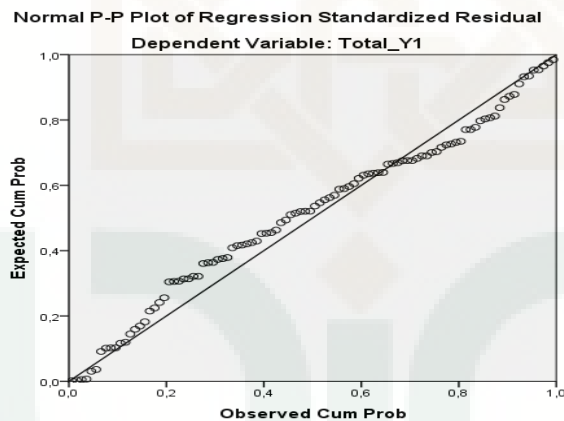
a. Dependent Variable: AbsUt

## uji normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,79215658
Most Extreme Differences	Absolute	,098
	Positive	,068
	Negative	-,098
Test Statistic		,098
Asymp. Sig. (2-tailed)		,020 <sup>c</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.



## Hasil Analisis Regresi Berganda

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Proses (X7), Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6), Orang (X5), Tempat (X3) <sup>b</sup>		Enter

- Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)
- All requested variables entered.



**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 <sup>a</sup>	.403	.358	1.859

a. Predictors: (Constant), Proses (X7), Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6), Orang (X5), Tempat (X3)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	214.989	7	30.713	8.886	.000 <sup>b</sup>
	Residual	317.971	92	3.456		
	Total	532.960	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

b. Predictors: (Constant), Proses (X7), Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6), Orang (X5), Tempat (X3)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.692	2.681		.258	.797
	Produk (X1)	.261	.077	.317	3.380	.001
	Harga (X2)	.131	.061	.174	2.131	.036
	Tempat (X3)	.133	.087	.142	1.528	.130
	Promosi (X4)	.059	.050	.099	1.180	.241
	Orang (X5)	.145	.071	.173	2.031	.045
	Bukti Fisik (X6)	.135	.065	.177	2.084	.040
	Proses (X7)	.123	.053	.192	2.321	.023

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

DOKUMENTASI/FOTO

Lokasi Kantor BPD DIY Syariah Cabang Yogyakarta

Jl. Cik Di Tiro no.34 Yogyakarta





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi :

Nama Lengkap : Ria Pangesti Putri Tanimbar  
Jenis Kelamin : Perempuan  
TTL : Saumlaki, 20 Januari 1991  
No Telp : 085 743 833 290  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Alamat Asal : Centhong, RT 01 RW 07 Ngentrong, Campurdarat,  
Tulungagung  
Alamat Sekarang : Perum Kadirojo Permai noB6 Purwomartani Kalasan  
Sleman

### Pendidikan Formal :

1. TK (Taman Kanak-kanak) Aisyiyah Bustanul Athfal, Camba Jawaya, Tello Baru, Makassar dari tahun 1996 sampai tahun 1997.
2. SDN (Sekolah Dasar Negeri) Panaikang 1/2, Panaikang, Panakukang, Makassar dari tahun 1997 sampai tahun 1999.
3. SDN (Sekolah Dasar Negeri) 2 Genjahan, Genjahan, Ponjong, Gunungkidul dari tahun 1999 sampai tahun 2000.
4. SDN (Sekolah Dasar Negeri) 2 Sawahan, Bulurejo, Sawahan, Nganjuk dari tahun 2000 sampai tahun 2002
5. SMPN (Sekolah Menengah Pertama Negeri) 1 Sawahan, Bulak, Sawahan, Nganjuk dari tahun 2002 sampai 2005.

6. SMAN (Sekolah Menengah Atas Negeri) 1 Wonosari, Wonosari, Gunungkidul dari tahun 2005 hingga tahun 2008.
7. UIN (Universitas Islam Negeri) Sunan Kalijaga Yogyakarta Jurusan Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari tahun 2010 sampai 2017.

