

**PENGARUH IMPLEMENTASI NILAI SYARIAH DAN
KARAKTERISTIK SYARIAH MARKETING TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP
AMBARUKMO YOGYAKARTA**



**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 SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**ABDUL AZIZ
NIM: 12820019**

DOSEN PEMBIMBING:

DIAN NURIYAH SOLISSA, S.H.I., M.Si.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2017**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai syariah dan karakteristik syariah marketing terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bank Mandiri Syariah KCP Ambarukmo Yogyakarta. Menggunakan variabel *Independent* Nilai Syariah, Teistis, Etis, Realistis, dan Humanis. *Variabel Dependentya* Kepuasan. Penelitian ini berupa explanatory reserach berbasis kuantitatif. Populasi yang diambil adalah Nasabah Bank Mandiri Syariah KCP Ambarukmo Yogyakarta dengan metode pengambilan sampel *aksidental sampling*. Kesimpulan dalam penelitian dari lima variabel Independen yang ada, empat variable berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. keempat variable tersebut adalah Nilai Syariah, Etika, Realistis dan Humanis. Sedangkan varaibel Teistis dalam penelitian ini menunjukkan tidak ada pengaruh Teistis dalam membentuk kepuasan nasabah Bank Mandiri Syariah KCP Ambarukmo Yogyakarta

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, Nilai Syariah, Syariah Marketing

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of the Islamic value and the characteristics of sharia marketing to customer satisfaction at PT. Bank Syariah Mandiri Branch Ambarukmo Yogyakarta. Using variable Islamic value, theistic Independent, Ethical, Realistic, and Humanist. Variable Dependencya Satisfaction. This study was a quantitative-based reserach explanatory. Population is taken Syariah Mandiri Bank Branch Customer Ambarukmo Yogyakarta by aksidental sampling method. Conclusions in the study of the existing five independent variables, four variables have a significant effect in improving customer satisfaction. The fourth variable is Islamic Value, Etical, Realistic, and Humanist. While varaibel theistic in this study showed no theistic influences in shaping customer satisfaction Syariah Mandiri Bank Branch Ambarukmo Yogyakarta

Keywords: Costumer Loyalty, Islamic Value, Syariah Marketing



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdra. Abdul Aziz

Lamp. : 1

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 : Abdul Aziz

NIM : 12820019

Judul Skripsi : Pengaruh Implementasi Nilai Syariah Dan Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/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 diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatian saudara kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 4 Januari 2017

Pembimbing

DIAN NURIYAH SOLISSA, S.H.I., M.Si.
NIP.19840216 200912 2 004



HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor: B-522/Un.02/DEB/PP.05.3/02/2017

Skripsi/tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH IMPLEMENTASI NILAI SYARIAH DAN
KARAKTERISTIK SYARIAH MARKETING TERHADAP
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KCP
AMBARUKMO YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Abdul Aziz
NIM : 12820019
Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis, 26 Januari 2017
Nilai : A/B

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

Ketua Sidang

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

Penguji I

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

Penguji II

Ibi Satibi, S.H.I., M.Si.
NIP. 19770910 200901 1 011

Yogyakarta, 27 Januari 2017

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dekan,



Dr. H. Syaifiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abdul Aziz

NIM : 12820019

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Implementasi Nilai Syariah dan Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan 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.

Yogyakarta, 5 Rabi’ul Akhir 1438 H.
4 Januari 2017 M.

Penyusun



Abdul Aziz
NIM. 12820019

**PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abdul Aziz
NIM : 12820019
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 Implementasi Nilai Syariah Dan Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta
Pada tanggal 4 Januari 2017
Yang Menyatakan


(Abdul Aziz)

MOTTO

*if today were the last day of your life,
would you want to do what you are
about to do today*

*Allah Knows you're tired. Allah Knows
it's difficult. you must also know that
Allah would never put you in a
situation you couldn't handle.*

PERSEMBAHAN

**KARYA TULIS INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK AYAH
DAN IBU SAYA, Alm. HAMIM DAN HANIFAH BESERTA
SAHABAT SAYA, TEMAN-TEMAN PERBANKAN SYARIAH
KELAS A**



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penyusun panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shawalat serta salam selalu terlimpahkan kepada suri tauladan kehidupan kita, Nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua dapat meneladani akhlaqul karimah beliau sehingga kita dapat selalu mendapatkan keberkahan dalam menjalani hidup.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya doa, bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun sampaikan terima kasih kepada:

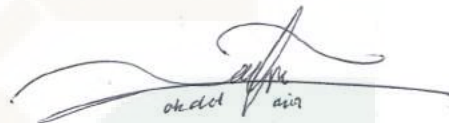
1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Joko Setyono, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah.
4. Dian Nuriah Solissa, S.H.I., M.Si. , selaku dosen pembimbing akademik sekaligus pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Segenap dosen serta staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu proses akademik dan administrasi selama proses mengikuti perkuliahan.
6. Ibunda Hanifah yang sabar dalam memberikan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir.
7. Teman-teman sekelas Perbankan Syariah 2012 khususnya Perbankan Syariah A yang telah banyak berkontribusi kepada penulis.
8. Generasi Baru Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang sangat berharga.

9. Teman-teman KKN kelompok 77 yang selalu berjuang bersama dalam masa sulit menjadi masa yang menyenangkan.
10. Bapak Arif beserta jajaran staf Bank Indonesia KPW Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang mengesankan.
11. Teman-teman FEBI angkatan 2012 yang telah membantu dan memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis.
12. Semua sahabat, rekan, dan pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun tugas akhir ini maupun dalam proses studi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penyusun mengucapkan terima kasih atas semua bantuan dan dukungan yang telah diberikan, semoga diberi limpahan berkah dan pahala dari Allah SWT. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.

Yogyakarta, 4 Januari 2017

Penyusun,

Handwritten signature of Abdul Aziz in black ink, with the name 'abdul aziz' written in small letters below the signature.

Abdul Aziz
NIM. 12820019

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/U1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah) ka
خ	Khā'	kh	dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ص	Syin	sy	es dan ye
ض	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ط	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ظ	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	Mim	m	‘em
ن	Nūn	n	‘en
و	Waw	w	w
ه	Hā’	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

II. Konsonan rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	Muta’addidah
عدة	Ditulis	‘iddah

III. *Ta’marbūtah* di Akhir Kata

- a. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

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

- b. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta kedua bacaan itu terpisah, maka ditulis h

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

- c. Bila *ta'marbūtah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāh al-fiṭri</i>
------------	---------	-----------------------

IV. Vokal Pendek

ـَ	Fathah	Ditulis	<i>a</i>
ـِ	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
ـُ	Dammah	Ditulis	<i>u</i>

V. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati	تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati	كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4	Dammah + wawu mati	فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

VI. 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>
--	-----	---------	-------------

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah* ditulis dengan menggunakan “1”

القران	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. Penyusunan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-Furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

X. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.

- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACK	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR TABEL	xxii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.5. Sistematika Pembahasan	9
BAB II: LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Telaah Pustaka	11
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Nilai Syariah	13
2.2.2. Pengerian Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	15
2.2.3. Pengertian Syariah Marketing	16

2.2.3.1. Teistis (<i>rabbaniyyah</i>)	18
2.2.3.2. Etis (<i>akhlaqiyyah</i>).....	19
2.2.3.3. Realistis (<i>al-waqi'iyah</i>)	20
2.2.3.4. Humanistis (<i>insaniyyah</i>).....	21
2.2.4. Pengertian Kepuasan.....	22
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	23
2.4. Hipotesis Penelitian.....	24
2.4.1. Pengaruh Nilai Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah.....	24
2.4.2. Pengaruh Teistis Terhadap Kepuasan Nasabah	24
2.4.3. Pengaruh Etis Terhadap Kepuasan Nasabah.....	25
2.4.4. Pengaruh Realistis Terhadap Kepuasan Nasabah	26
2.4.5. Pengaruh Humanistis Terhadap Kepuasan Nasabah.....	27
2.4.6. Pengaruh Nilai Syariah dan Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah.....	28
 BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian	30
3.1.1. Jenis Penelitian.....	30
3.1.2. Sifat Penelitian	30
3.2. Objek Penelitian	30
3.2.1. Penentuan Populasi	30
3.2.2. Pengambilan Sampel.....	31
3.3. Metode Pengumpulan Data	32
3.3.1. Data Primer	32
3.3.2. Observasi.....	32
3.4. Variabel Penelitian dan Pengukuran	33
3.4.1. Variabel Penelitian.....	33
3.4.2. Pengukuran Data	35
3.5. Teknik Analisis Data.....	36

3.5.1. Uji Instrumen	36
3.5.1.1. Uji Validitas.....	36
3.5.1.2. Uji Reliabilitas.....	37
3.6. Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.1. Uji Normalitas.....	38
3.6.2. Uji Multikolinieritas.....	38
3.6.3. Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.7. Analisis Regresi	39
3.7.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.7.2. Uji Persamaan Regresi.....	40
3.7.2.1. Uji Koefisien Determinasi	40
3.7.2.2. Uji F.....	41
3.7.2.3. Uji T.....	41
BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Deskriptif	42
4.1.1. Hasil Penyebaran Kuesioner	42
4.1.2. Karakteristik Responden	42
4.1.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.2.2. Responden Berdasarkan Usia Saat Ini.....	43
4.1.2.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir..	44
4.1.2.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan yang Ditekuni.....	45
4.1.2.5. Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah .	46
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.2.1. Uji Validitas	46
4.2.2. Uji Realibilitas	49
4.3. Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.1. Uji Normalitas.....	49
4.3.2. Uji Multikolinieritas	51

4.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.5. Uji Persamaan Regresi	56
4.5.1. Uji Koefisien Determinasi	56
4.5.2. Uji F	56
4.5.3. Uji T	57
4.6. Analisis Hasil Penelitian	58
4.6.1. Pembahasan Hasil Penelitian Secara Simultan	58
4.6.2. Pembahasan Hasil Penelitian Secara Parsial.....	58
4.6.2.1. Pengaruh Nilai Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah	58
4.6.2.2. Pengaruh Teistis Terhadap Kepuasan Nasabah.....	59
4.6.2.3. Pengaruh Etis Terhadap Kepuasan Nasabah	60
4.6.2.4. Pengaruh Realistis Terhadap Kepuasan Nasabah.....	61
4.6.2.5. Pengaruh Humanistis Terhadap Kepuasan Nasabah ...	62
BAB V: PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2. Perkembangan Bank Syariah Mandiri.....	5
Gambar 2.3. Kerangka Teoritis.....	23
Gambar 4.3.1.1. Hasil Uji Normalitas (Grafik Histigram)	50
Gambar 4.3.1.2. Hasil Uji Normalitas (Grafik Probability Plot)	50



DAFTAR TABEL

Tabel 3.4.1. Variabel dan Indikator Penelitian	32
Tabel 4.1.1. Jumlah Populasi dan Tingkat Pengembalian Kuesioner	42
Tabel 4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini	43
Tabel 4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan terakhir.....	44
Tabel 4.1.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Yang ditekuni	45
Tabel 4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah	46
Tabel 4.2.1.1. Hasil Uji Validitas Variabel Terikat (Y).....	47
Tabel 4.2.1.2. Hasil Uji Validitas Variabel Bebas (X)	47
Tabel 4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas dan Terikat	49
Tabel 4.3.1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)	51
Tabel 4.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.3.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.5.1. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	56
Tabel 4.5.2. Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.5.3. Hasil Uji T.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan Syariah merupakan fenomena baru dalam dunia ekonomi modern, kemunculannya seiring dengan upaya gencar yang dilakukan oleh pakar Islam dalam mendukung ekonomi Islam yang diyakini akan mampu mengganti dan memperbaiki sistem ekonomi konvensional yang berbasis pada bunga. Perbankan Syariah menerapkan sistem bebas bunga (*Interest Free*) dalam operasionalnya, dan rumusan yang paling lazim untuk mendefinisikan Perbankan Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, dengan mengacu kepada Al-Qur'an dan sunnah sebagai landasan dasar hukum dan operasionalnya (Veithzal Rivai, Arviyan Arifin, 2010: 71).

Adanya perbedaan dikalangan umat Islam tidak menyurutkan munculnya Perbankan Syariah di Indonesia, rintisan praktek Perbankan Syariah di Indonesia dimulai pada awal periode 1980an, melalui diskusi-diskusi bertemakan Bank Islam sebagai pilar ekonomi Islam. Sebagai uji coba praktek Perbankan Syariah dipraktikkan dalam skala yang relatif terbatas diantaranya di Bandung (BMT Salman ITB) dan di Jakarta (Koperasi Ridho Gusti). Prakarsa lebih khusus mengenai pendirian bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990.

Pada tanggal 18-20 Agustus 1990, Majelis Ulama Indonesia menyelenggarakan loka karya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor. Hasil Loka karya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta 22 – 25 Agustus 1990, yang menghasilkan amanat bagi pembentukan kelompok kerja pendirian Bank Islam di Indonesia. Kelompok kerja yang dimaksud disebut Tim Perbankan MUI dengan diberi tugas untuk melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait. Sebagai hasil kerja tim perbankan MUI tersebut adalah berdirinya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang sesuai akta pendiriannya berdiri pada tanggal 1 Nopember 1991. Sejak tanggal 1 Mei 1992, BMI resmi beroperasi dengan modal awal sebesar Rp.106.126.382.000 (Veithzal Rivai, Arviyan Arifin, 2010: 71).

Landasan Hukum yang menjadi titik tolak perkembangan bank Islam di Indonesia adalah UU No.7 Tahun 1992, tentang Bank Indonesia. Dalam UU tersebut prinsip Islam sudah dinyatakan, meskipun masih samar, yang dinyatakan sebagai prinsip bagi hasil. Prinsip Perbankan Syariah secara tegas dinyatakan dalam UU No.10 Tahun 1998, yang kemudian diperbaharui dengan UU Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia dan UU No. 3 Tahun 2004. Undang-undang ini memberikan arahan bagi Bank Konvensional untuk membuka cabang Islam atau mengkonversikan diri menjadi Bank Islam. UU tentang Perbankan Syariah diperbarui dengan dibuatnya UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang

Perbankan Syariah yang disahkan pada tanggal 16 juli 2008. Dengan adanya UU Nomor 21 Tahun 2008 ini Perbankan Syariah telah dipisahkan dengan perbankan konvensional baik badan hukum, struktur organisasi maupun operasionalnya (Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, 2009: 29).

Memasuki tahun 2016 ditandai dengan semakin sengitnya persaingan di industri jasa keuangan. Hal ini akan menjadi kendala tersendiri bagi Perbankan Syariah, karena masih terkendala oleh beberapa masalah yang belum sepenuhnya terselesaikan, seperti keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia yang professional, sumber dana dan tehnik informatika yang belum memumpuni. Selain hal itu Perbankan Syariah di tuntutan untuk berkontribusi dalam perkembangan perekonomian pada aktifitas produktif, bernilai tambah tinggi dan inklusi. Terutama dengan memanfaatkan bonus demografi, geografi dan budaya Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Bahkan Indonesia menjadi Negara berpenduduk Islam terbanyak di dunia sehingga prospek pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan peran Perbankan Syariah cukup signifikan bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *Islamic Research and Training institute (IRTI)* salah satu anggota *Islamic Development Bank (IDB)* bersama *Thomson Reuters* dan *Council for Islamic Banks and Financial Institution (CIBAFI)* bahwa pada tahun 2014 industri keuangan syariah mengalami pertumbuhan menjadi Rp.559 triliun, atau 3% dari total asset industri keuangan yang tercatat Rp.16.380 triliun.

Sementara pada tahun 2015 aset industri keuangan syariah tumbuh 10% mencapai Rp.617 triliun.

Namun menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwa market share Perbankan Syariah masih kurang dari 5%. Hal ini dikarenakan faktor kurangnya sosialisasi untuk meningkatkan jumlah nasabah akan prosuk Perbankan Syariah beserta system operasionalnya. Oleh karena itu dibutuhkan suatu strategi bisnis yang baik dengan menerapkan syariah marketing. Menurut Hermawan Kertajaya dan Syakir Sula (2006: 28).

syariah marketing merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada stakeholdernya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan prinsip-prinsip dalam Islam.

Terdapat empat karakteristik syariah marketing yang menjadi panduan bagi pemasar menurut Kertajaya dan Syakir Sula (2006: 28)

yaitu:

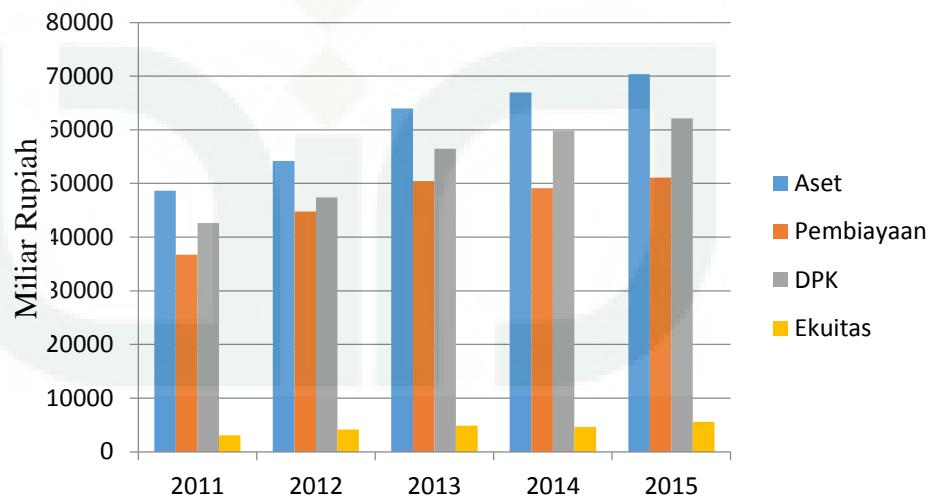
1. *Rabbaniyyah* (Teistis)
2. *Akhlāqiyyah* (Etis)
3. *Al- Waqī'iyah* (Realistis)
4. *Insāniyyah* (Humanistis)

Bank Syariah Mandiri dengan visi nya “Memimpin Pengembangan Peradaban Ekonomi yang Mulia” mempunyai makna Bank Syariah Mandiri akan menjadi yang terdepan dalam mengembangkan peradaban ekonomi umat manusia yang lebih luhur, adil, sesuai Syari’ah, bernilai tinggi, dan unggul. Dengan persaingan antar bank syariah yang semakin

ketat serta di dukung keunggulan-keunggulan yang dimiliki, mendorong Bank Syariah Mandiri untuk lebih meningkatkan pelayanan-pelayanan yang ada sesuai dengan prinsip Syariah.

Dalam 5 tahun terakhir Bank Syariah Mandiri mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Menurut Laporan Keuangan Bank Syariah Mandiri mencatat kenaikan jumlah aset tahun 2014 dari Rp. 66,959 miliar menjadi Rp. 70,370 di tahun 2015. Tetapi dalam laporan keuangan tahun 2014 Bank Syariah Mandiri mengalami penurunan dalam pembiayaan Rp. 49.133 miliar dan ekuitas Rp. 4.617 miliar dari tahun 2013 sebesar pembiayaan Rp. 50.460 miliar dan ekuitas Rp. 4.862 miliar. Tetapi, pembiayaan dan ekuitas mengalami pertumbuhan pada tahun 2015.

Gambar 1.1 Perkembangan Bank Syariah Mandiri



Sumber: Bank Syariah Mandiri, 2015

Berdasarkan data tersebut peneliti memilih Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta sebagai penelitian dengan objek penelitian nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta. Karena mayoritas nasabah berstatus mahasiswa yang paham akan Syariah Marketing dan berlokasi dekat dengan Universitas Islam.

Dengan syariah marketing diharapkan dapat menciptakan *relationship* antara Bank Syariah Mandiri dengan nasabah sehingga dapat menjalin hubungan kemitraan dan terjalin terus menerus dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah. hal ini dapat memelihara kesetiaan nasabah yang akan meningkatkan *market share* Bank Syariah Mandiri.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Implementasi Nilai Syariah dan Karakteristik Syariah Marketing terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta”**. Menjadi penting penelitian ini dilakukan karena selama ini banyak pemasar dalam memasarkan produk-produknya ke masyarakat (nasabah) tidak menjelaskan secara detail tentang produknya. Menerapkan Nilai Syariah dan Karakteristik Syariah Marketing pemasar dapat menjelaskan secara detail tentang produk yang ditawarkan dan berkata jujur kepada orang lain (nasabah).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh Nilai Syariah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta?
- b. Bagaimana Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Teistis (*rabbaniyyah*) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta?
- c. Bagaimana Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Etis (*akhlāqiyyah*) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta?
- d. Bagaimana Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Realistis (*al-waqī'iyah*) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta?
- e. Bagaimana Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Humanistis (*insāniyyah*) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh nilai Syariah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta.

- b. Untuk mengetahui pengaruh dari Karakteristik Syariah Marketing Teistis (*rabbaniyyah*) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui pengaruh dari Karakteristik Syariah Marketing Etis (*akhlāqiyyah*) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta.
- d. Untuk mengetahui pengaruh dari Karakteristik Syariah Marketing Realistis (*al-waqī'iyah*) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta.
- e. Untuk mengetahui pengaruh dari Karakteristik Syariah Marketing Marketing Humanistis (*insāniyyah*) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

- a. Untuk peneliti selanjutnya dan dunia akademis, penelitian ini berguna untuk memberikan pengetahuan dan pengujian ilmiah mengenai pengaruh implementasi nilai syariah dan marketing syariah terhadap kepuasan nasabah.
- b. Untuk perbankan syariah, penelitian ini dapat dijadikan informasi bahwa menerapkan nilai syariah dan karakteristik syariah marketing dapat mempengaruhi kinerja bank syariah terhadap kepuasan nasabah.
- c. Untuk Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta, dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran bagi lembaga tersebut. Serta sebagai bahan evaluasi untuk

meningkatkan kualitas pelayanan nasabah bank Syariah mandiri melalui pendekatan syariah marketing yang telah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

1.4 Sistematika Pembahasan

Garis besar skripsi ini terbagi dalam tiga bagian, yaitu : bagian awal skripsi, bagian inti (pokok) skripsi dan bagian akhir skripsi. Dalam skripsi ini, peneliti membatasi dalam 6 bab dan tiap bab terdiri dari beberapa sub bab.

Bab I adalah Pendahuluan. Bab ini berisi pendahuluan yang merupakan landasan awal dan sebagai acuan dalam penelitian. Bab ini meliputi latar belakang yang menguraikan alasan dan motivasi dilakukannya penelitian ini, pokok masalah sebagai inti penelitian serta tujuan dan kegunaan penelitian dan yang terakhir yaitu sistematika pembahasan untuk mengetahui arah penelitian dalam penelitian.

Bab II adalah Landasan Teori. Bab ini berisi telaah pustaka yang dijadikan referensi penelitian mengenai hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Uraian mengenai landasan teori yang mendasari penelitian yaitu teori nilai syariah, marketing, syariah marketing. Serta kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang akan diuji kebenarannya.

Bab III adalah Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang jenis dan sumber data. Variabel penelitian, metode penelitian populasi sampel dan tehnik pengumpulan data.

Bab IV adalah Analisis Data dan Pembahasan. Bab ini meneliti tentang hasil analisis dari pengolahan data dari penelitian yang telah dilakukan.

Analisis data terdiri dari analisis deskriptif, uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis.

Bab V adalah Penutup. Memaparkan kesimpulan hasil dari olah data dan pemaparan secara singkat dari hasil yang telah diperoleh dan saran sebagai bahan pertimbangan syariah marketing untuk meningkatkan kualitas layanannya serta di tunjukan untuk pihak lainnya



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial berdasarkan hasil Uji t menjelaskan bahwa variabel Nilai Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta. Artinya semakin tinggi pengaruh variabel Nilai Syariah yang dirasakan nasabah, maka semakin meningkat pula kepuasan nasabah tersebut. Hal ini dapat disebabkan Bank Syariah Mandiri mampu memberikan keyakinan kepada nasabahnya melalui kesesuaian kinerja yang baik sesuai dengan prinsip syariah.
2. Secara parsial berdasarkan hasil Uji t menjelaskan bahwa variabel Teistis (*rabbaniyyah*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta. Hal ini karena kurangnya wawasan karyawan akan produk yang ditawarkannya.
3. Secara parsial variabel Etis (*akhlāqiyyah*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta. Hal ini dapat disebabkan sebagian nasabah merasa belum sepenuhnya puas akan keramahan dan pelayanan yang

diberikan oleh karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta.

4. Secara parsial variabel Realistis (*al-waqī'iyah*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta. Hal ini disebabkan kurangnya profesionalitas karyawan dalam pemasaran produk kepada calon nasabah, sehingga kurang memahami apa yang dibutuhkan.
5. Secara parsial variabel Humanistis (*insāniyyah*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta. terbukti berpengaruh positif terhadap Kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan karena Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta mampu mengatasi segala kritikan dan keluhan nasabah tanpa membedakan status sosial, suku, dan agama, serta dapat menjalin silaturahmi kepada seluruh nasabah.
6. berdasarkan hasil pengujian Uji Model (Uji F) dapat disimpulkan bahwa dari Nilai Syariah, Teistis (*rabbaniyyah*), Etis (*akhlāqiyyah*), Realistis (*al-waqī'iyah*), dan Humanistis (*insāniyyah*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta dengan nilai F sebesar 19,059 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat untuk meningkatkan Kepuasan

nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta Yogyakarta, sebagai berikut:

1. Bagi BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta

- a. Perlu lebih menerapkan dan mensosialisasikan akan nilai syariah kedalam produk yang ditawarkannya.
- b. Memperhatikan apa penyebab kurangnya kepuasan nasabah terkait dengan layanan yang ditawarkan oleh staf Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. agar lebih meningkatkan lagi akan kenyamanan nasabah diruang tunggu dan mempercepat proses layanan agar tidak menimbulkan banyaknya antrian nasabah untuk bertransaksi.
- c. Lebih meningkatkan keramahtamahan kepada nasabah maupun sesama staf karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. sesering mungkin untuk menyapa para nasabah. hal ini tidak hanya dilakukan oleh bagian security tetapi juga bagi setiap staf yang bertemu dengan nasabah.

2. Bagi peneliti

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel independen yang berhubungan dengan variabel dependen kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta. Menambah item pertanyaan dalam kuesioner sehingga hasil yang didapatkan akan memperkuat penelitian yang telah ada.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Alqur'an dan Terjemahnya, Departemen Agama, 2013, Jakarta: PT Hati Emas

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, alih bahasa Hendra Teguh, SE. AK, Ronny A Rusly, SE, AK, dan Benyamin Molan, Jakarta : Prenhalindo, 2002.

Adiwarman Karim. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Ahad Izzan dan Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah : Ayat-ayat Al-qur'an yang berdimensi ekonomi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya 2006.

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

Buchori Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung : CV Alfabeta 2009
Company Profile BMI KCP Jombang.

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 1998.

Lizar Alfansi, *Financial service marketing*, Jakarta: Salemba empat, 2010.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Penerbit Alfabeta, 2013

Umar Raianse, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi teori dan aplikasi*, (Bandung:Alfabeta, 2008)

Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: sebuah teori, konsep, dan aplikasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010

- Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*, Bandung : Mizan, 2006
- Sanusi, Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002.
- Qardhowi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, alih bahasa Dahlia Hasyim, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*, ed-ke-2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Yazid, *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2001.
- Sekaran, Uma, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba, 2006.
- Sunyoto, Danang, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, Bandung: Refika Aditama, 2013
- Supranto, *Teknik Sampling: unuk Survei dan Eksperimen*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998
- Rangkuti, Freddy, *Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia, 2011.
- Basu Swastha Dharma dan T. Hani, *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*, Yogyakarta, BPFE, 2000
- Bukhari, Imam, *Shahih Adabul Mufrad*, diterjemahkan oleh Abu Hasan, Yogyakarta: Pustaka Ash Shahihah, 2010

Skripsi dan Tesis

- Muh Yunus Bandu. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makasar. Skripsi. Universitas Hasanuddin.
- Maria Ulfa. (2008). Analisis Pengaruh Marketing Syariah terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji di Bank Muamalat Cabang Semarang. Skripsi. IAIN Walisongo Semarang Jawa Tengah.
- Ida Manullang. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Tesis. Universitas Sumatera Utara.
- Ahmad Habibi. (2014). Analisis Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BPD Syariah Cabang Yogyakarta. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Erna Novitasari. (2014). Analisis Pengaruh Marketing Syari'ah terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk Murabahah Di BMT Hudatama Cabang Mangkang. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Andi Muh. Nurul Afdal. (2011). Studi Pemahaman Nilai-Nilai Syariah pada Praktisi Perbankan Syariah (Studi pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Niaga Madani). Skripsi. Universitas Hasanuddin.
- Saiful Mujab. (2013). Penerapan Marketing Syari'ah dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Saja'ah di BMT (Baitul Māl Wat Tamwīl) Mitra Hasanah Semarang. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Royyan Al Athof. (2014). Pengaruh Karakteristik Syari'ah Marketing terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT Bismillah Cepiring. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Anisa Agustina. (2011). Pengaruh Karakteristik Syari'ah Marketing terhadap Kepuasan Nasabah pada BPRS. Artha Mas Abadi Pati. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.

Artikel Ilmiah

Ifra Aldia Dolarosa, Imam Surono dan Ana Mufidah (2014). Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember”. Artikel Ilmiah. Universitas Jember.

Website

<https://www.syariahamandiri.co.id/category/investor-relation/laporan-bulanan/>



Lampiran Terjemahan Ayat Al Qur'an

No	Halaman	Terjemahan
1	16	Kemudian kami jadikan kamu berada diatas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama itu), maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui (Al-Jāthiyah [45]: 18)
2	17	"Dan Kami telah turunkan kepadamu Al Qur'an dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu; maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk tiap-tiap umat di antara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberianNya kepadamu, maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang telah kamu perselisihkan itu (al-Māidah [5]:48)
3	21	Maha suci Allah yang telah menurunkan al furqon (al quran) kepada hamba-Nya, agar dia mejadi pemberi perigatan kepada seluruh alam (al-Furqān [25]: 1)

c. Pegawai Swasta

d. Wiraswasta

e. Lain-lain

6. Lama Menjadi Nasabah : a. < 1 tahun

b. 1-2 tahun

c. 2-3 tahun

d. > 3 tahun

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda checklist (√) pada jawaban yang sesuai dengan pandangan Bapak/Ibu/Sdr/i paling sesuai pada bagian kedua sampai dengan bagian kedelapan. Keterangan kuesioner:

SS	S	CS	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

BAGIAN KEDUA

Kuesioner berikut mengukur variabel nilai syariah

Item	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Larangan akan haramnya riba dalam agama islam, sehingga saya menggunakan produk Bank Syariah Mandiri					
2	saya yakin produk bank syariah mandiri lebih baik bagi diri saya					
3	Produk Bank Syariah Mandiri adalah halal dan sesuai dengan prinsip keadilan dan kejujuran sehingga lebih berkah					
4	Saya merasa telah melakukan hal baik ketika memilih produk syariah					
5	Saya mengetahui riba itu haram sehingga saya menggunakan produk syariah					

BAGIAN KETIGA

Kuesioner berikut mengukur variabel teistis (*rabbaniyyah*)

Item	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta dapat menawarkan produk dengan baik dan tidak ada penipuan					
2	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta dapat menawarkan produk sesuai dengan akad dan tidak ingkar janji					
3	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta tidak berbohong saat menawarkan produknya					
4	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta tidak memaksa nasabah ketika menawarkan produknya					
5	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta selalu memberi salam dan merekomendasikan produknya sebelum menawarkannya					

BAGIAN KEEMPAT

Kuesioner berikut mengukur variabel etis (*akhlaqiyyah*)

Item	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta bersifat ramah, sopan dan berperilaku baik					
2	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta bersifat rendah hati dan empati kepada nasabah dalam proses penawaran					
3	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta berkomunikasi dengan bahasa yang sopan dan santun					
4	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta					

	selalu murah senyum kepada setiap nasabahnya					
5	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta memberikan kesempatan berbicara kepada nasabahnya ketika dalam menawarkan produknya					

BAGIAN KELIMA

Kuesioner berikut mengukur variabel realistik (*al-waqi'iyah*)

Item	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta berpenampilan rapi, bersih dan bersahaja memakai busana sopan (busana muslim)					
2	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta dalam bertugas profesional dan berpengalaman (menguasai dengan baik produk yang ditawarkannya)					
3	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta selalu menyapa nasabah ketika bertemu					
4	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta tidak mudah marah ketika memasarkan produknya					
5	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta selalu tepat waktu dan tidak memberikan waktu menunggu yang lama bagi nasabahnya					

BAGIAN KEENAM

Kuesioner berikut mengukur variabel humanistik (*insaniyyah*)

Item	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta tidak membedakan status semua nasabah (dalam pelayanannya tidak membedakan antara nasabah kaya dan nasabah miskin)					
2	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta					

	siap selalu membantu kesulitan yang dihadapi nasabah terkait produk yang ditawarkannya					
3	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta memberikan saran dan masukan kepada nasabah yang membutuhkan					
4	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta memiliki sifat peduli yang tinggi kepada nasabah					
5	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta selalu bersedia menerima saran dan kritikan					

BAGIAN KETUJUH

Kuesioner berikut mengukur variabel kepuasan nasabah

Item	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta menyediakan layanan jasa yang dibutuhkan nasabah					
2	anda sering merekomendasikan kepada teman anda atau orang lain untuk menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta					
3	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta melayani dengan cepat nasabahnya					
4	Petugas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta selalu ramah kepada nasabahnya					
5	anda telah puas dengan layanan dan produk yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta					

Lampiran 3

Uji Validitas

Nilai Syariah

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	xnilaisyariah
x1	Pearson Correlation	1	,604**	,209*	,299**	,331**	,690**
	Sig. (2-tailed)		,000	,046	,004	,001	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x2	Pearson Correlation	,604**	1	,446**	,346**	,588**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x3	Pearson Correlation	,209*	,446**	1	,220*	,537**	,681**
	Sig. (2-tailed)	,046	,000		,036	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x4	Pearson Correlation	,299**	,346**	,220*	1	,265*	,595**
	Sig. (2-tailed)	,004	,001	,036		,011	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x5	Pearson Correlation	,331**	,588**	,537**	,265*	1	,757**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,011		,000
	N	91	91	91	91	91	91
xnilaisyariah	Pearson Correlation	,690**	,840**	,681**	,595**	,757**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

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

Teistis (*rabbaniyyah*)

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	xteistis
x1	Pearson Correlation	1	,347**	,438**	,361**	,707**	,782**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x2	Pearson Correlation	,347**	1	,287**	,990**	,331**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,001		,006	,000	,001	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x3	Pearson Correlation	,438**	,287**	1	,289**	,336**	,631**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006		,006	,001	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x4	Pearson Correlation	,361**	,990**	,289**	1	,309**	,780**
	Sig. (2-tailed)						
	N	91	91	91	91	91	91

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,006		,003	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x5	Pearson Correlation	,707**	,331**	,336**	,309**	1	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,003		,000
	N	91	91	91	91	91	91
xteistis	Pearson Correlation	,782**	,782**	,631**	,780**	,736**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

Etis (akhlaqiyyah)

		Correlations					
		x1	x2	x3	x4	x5	xhumanistis
x1	Pearson Correlation	1	,392**	,433**	,427**	,411**	,719**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x2	Pearson Correlation	,392**	1	,402**	,378**	,572**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x3	Pearson Correlation	,433**	,402**	1	,403**	,422**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x4	Pearson Correlation	,427**	,378**	,403**	1	,484**	,718**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x5	Pearson Correlation	,411**	,572**	,422**	,484**	1	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	91	91	91	91	91	91
xhumanistis	Pearson Correlation	,719**	,753**	,740**	,718**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

Realistis (al-waqi'iyah)

		Correlations					
		x1	x2	x3	x4	x5	xrealistis
x1	Pearson Correlation	1	,347**	,063	-,097	,124	,440**
	Sig. (2-tailed)		,001	,553	,360	,242	,000
	N	91	91	91	91	91	91

x2	Pearson Correlation	,347**	1	,321**	,210*	,420**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,001		,002	,046	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x3	Pearson Correlation	,063	,321**	1	,457**	,205	,664**
	Sig. (2-tailed)	,553	,002		,000	,051	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x4	Pearson Correlation	-,097	,210*	,457**	1	,072	,564**
	Sig. (2-tailed)	,360	,046	,000		,496	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x5	Pearson Correlation	,124	,420**	,205	,072	1	,613**
	Sig. (2-tailed)	,242	,000	,051	,496		,000
	N	91	91	91	91	91	91
xrealistis	Pearson Correlation	,440**	,756**	,664**	,564**	,613**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

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

Humanistis (*insaniyyah*)

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	xetis
x1	Pearson Correlation	1	,417**	,092	,562**	,654**	,771**
	Sig. (2-tailed)		,000	,385	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x2	Pearson Correlation	,417**	1	,102	,407**	,455**	,700**
	Sig. (2-tailed)	,000		,334	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x3	Pearson Correlation	,092	,102	1	,091	,100	,424**
	Sig. (2-tailed)	,385	,334		,393	,347	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x4	Pearson Correlation	,562**	,407**	,091	1	,504**	,755**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,393		,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x5	Pearson Correlation	,654**	,455**	,100	,504**	1	,779**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,347	,000		,000
	N	91	91	91	91	91	91
xetis	Pearson Correlation	,771**	,700**	,424**	,755**	,779**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

Kepuasan

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	xkepuasan
x1	Pearson Correlation	1	,216*	,260*	,223*	,136	,571**
	Sig. (2-tailed)		,039	,013	,034	,200	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x2	Pearson Correlation	,216*	1	,392**	,141	,139	,619**
	Sig. (2-tailed)	,039		,000	,183	,189	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x3	Pearson Correlation	,260*	,392**	1	,272**	,367**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,013	,000		,009	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x4	Pearson Correlation	,223*	,141	,272**	1	,087	,587**
	Sig. (2-tailed)	,034	,183	,009		,411	,000
	N	91	91	91	91	91	91
x5	Pearson Correlation	,136	,139	,367**	,087	1	,557**
	Sig. (2-tailed)	,200	,189	,000	,411		,000
	N	91	91	91	91	91	91
xkepuasan	Pearson Correlation	,571**	,619**	,740**	,587**	,557**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

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

Uji Reabilitas

Nilai Syariah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,782	6

Teistis (*rabbaniyyah*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,791	6

Humanistis (*insaniyyah*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,769	6

Realistis (*al-waqi'iyah*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,738	6

Etis (*akhlaqiyyah*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,789	6

Kepuasan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,740	6

Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov (K - S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,48610840
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,052
	Negative	-,051
Kolmogorov-Smirnov Z		,494
Asymp. Sig. (2-tailed)		,967

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,979	1,552		4,497	,000		
	nilaisyariah	,228	,089	,290	2,562	,012	,434	2,304
	teistis	,257	,099	,333	2,586	,011	,334	2,991
	etis	,060	,106	,079	,570	,570	,286	3,495
	realistis	,086	,109	,085	,791	,431	,485	2,063
	humanistis	,034	,094	,042	,359	,720	,411	2,434

a. Dependent Variable: kepuasan

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,764	,893		5,335	,000
	nilaisyariah	-,052	,051	-,151	-1,005	,318
	teistis	-,063	,054	-,180	-1,169	,246
	etis	,056	,061	,171	,928	,356
	realistis	-,103	,063	-,232	-1,638	,105
	humanistis	-,023	,057	-,068	-,398	,692

a. Dependent Variable: res2

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,979	1,552		4,497	,000
	nilaisyariah	,228	,089	,290	2,562	,012
	teistis	,034	,094	,042	,359	,720
	etis	,060	,106	,079	,570	,570
	realistis	,086	,109	,085	,791	,431
	humanistis	,257	,099	,333	2,586	,011

a. Dependent Variable: kepuasan

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,727 ^a	,529	,501	1,52919

a. Predictors: (Constant), humanistis, realistis, nilaisyariah, etis, teistis

b. Dependent Variable: kepuasan

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	222,838	5	44,568	19,059	,000 ^a
	Residual	198,767	85	2,338		
	Total	421,604	90			

a. Predictors: (Constant), humanistis, realistis, nilaisyariah, etis, teistis

b. Dependent Variable: kepuasan

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,979	1,552		4,497	,000
	nilaisyariah	,228	,089	,290	2,562	,012
	teistis	,034	,094	,042	,359	,720
	etis	,060	,106	,079	,570	,570
	realistis	,086	,109	,085	,791	,431
	humanistis	,257	,099	,333	2,586	,011

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,979	1,552		4,497	,000
	nilaisyariah	,228	,089	,290	2,562	,012
	teistis	,034	,094	,042	,359	,720
	etis	,060	,106	,079	,570	,570
	realistis	,086	,109	,085	,791	,431
	humanistis	,257	,099	,333	2,586	,011

a. Dependent Variable: kepuasan

Lampiran 4

HASIL VARIABEL NILAI SYARIAH dan HASIL VARIABEL TEISTIS

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	lama menjadi nasabah	NILAI SYARIAH					TEISTIS				
						X1	X2	X3	X4	X5	X1	X2	X3	X4	X5
1	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4
2	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
3	Lk	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4
4	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	4	3	4	4	4	2	3	4	4
5	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	5	5	5	4	5	3	5	3	2	5
6	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3
7	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3
8	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4
9	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
10	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	2-3 tahun	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5
11	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	5	4	3	5	3	3	3	4	4
12	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	3	3	4	4	4	4	3	5	3	4
13	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4
14	Pr	21-30 tahun	DIPLOMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
15	Pr	21-30	SMA	Pelajar	< 1	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3

		tahun			tahun										
16	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3
17	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	3	3	4	3	4	3	4	3	4
18	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	5	4	4	5	4	5	4	3	3	5
19	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4
20	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	5	4	4	3	4	5	3	3	3
21	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	3	3	5	4	5	4	3	3	4	4
22	Lk	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	5	3	4	5	5	5	3	3	5
23	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	2	3	2	2	4	2	4	3	3
24	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	2	3	2	2	4	2	3	3	3
25	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	< 1 tahun	5	5	3	5	5	2	2	3	2	3
26	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3
27	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4
28	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1
29	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
30	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4
31	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
32	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
33	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4
34	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	< 1 tahun	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
35	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4
36	Lk	21-30 tahun	SMA	Wiraswasta	1-2 tahun	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4
37	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	2-3 tahun	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3
38	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	< 1 tahun	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
39	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	1-2 tahun	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
40	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3
41	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	1-2 tahun	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5
42	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	5	3	3	5	4	5	3	4	3	5
43	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	3	2	4	3	4	3	5	3	4
44	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	5	3	3	3	4	5	3	5	3	5

45	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	3	3	3	4	3	4	3	5	3	3
46	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4
47	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
48	Lk	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	2	3	5	2	5	2	3	4	4
49	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3
50	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4
51	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
52	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
53	Pr	21-30 tahun	DIPLOMA	Pegawai Swasta	1-2 tahun	4	3	5	4	4	5	3	5	4	4
54	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	2	4	4	4	4	2	4	2	3
55	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	> 4 tahun	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4
56	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4
58	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
59	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
60	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	< 1 tahun	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3
61	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	1-2 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	2-3 tahun	5	4	3	3	3	4	4	5	3	4
64	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3
65	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
67	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	1-2 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
68	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
69	Lk	21-30 tahun	SMA	Wiraswasta	1-2 tahun	5	3	4	3	4	4	3	4	5	5
70	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	2-3 tahun	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
71	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
72	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	2-3 tahun	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
73	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	1-2 tahun	5	4	5	3	4	5	4	3	5	5

8	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4
9	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
10	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	2-3 tahun	4	4	4	3	4	5	5	4	4	2
11	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	3	3	3	3	5	4	3	4	2
12	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	4	5	3	5	4	5	4	3	3	5
13	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	4	5	3	5	4	5	4	3	3	5
14	Pr	21-30 tahun	DIPLOMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
15	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	3	3	5	4	5	4	3	2	3
16	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	3	5	4	5	4	3	3	4
17	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3
18	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5
19	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
20	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5
21	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4
22	Lk	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	3	5	5	5	5	3	5	5	3
23	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
24	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3
25	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	< 1 tahun	2	2	2	2	2	4	3	4	4	3
26	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3
27	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
28	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	2	4	2	3	4	3	3	4	4	4
29	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
30	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
31	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
32	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
33	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4
34	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
35	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
36	Lk	21-30 tahun	SMA	Wiraswasta	1-2 tahun	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3

66	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	1-2 tahun	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
68	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
69	Lk	21-30 tahun	SMA	Wiraswasta	1-2 tahun	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
70	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	2-3 tahun	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
71	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
72	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	2-3 tahun	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
73	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	1-2 tahun	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
74	Pr	21-30 tahun	SMA	Wiraswasta	2-3 tahun	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3
75	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	2-3 tahun	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5
76	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5
77	Pr	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Swasta	2-3 tahun	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
78	Lk	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Negri Sipil	> 4 tahun	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5
79	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
80	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
81	Pr	21-30 tahun	SMA	Pegawai Swasta	1-2 tahun	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5
82	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Pegawai Swasta	2-3 tahun	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
83	Lk	41-50 tahun	DIPLOMA	Pegawai Negri Sipil	1-2 tahun	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
84	Pr	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Swasta	2-3 tahun	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
85	Pr	41-50 tahun	SARJANA	Pegawai Negri Sipil	> 4 tahun	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
86	Lk	31-40 tahun	DIPLOMA	Pegawai Negri Sipil	> 4 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
87	Lk	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Negri Sipil	> 4 tahun	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
88	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
89	Pr	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Swasta	> 4 tahun	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
90	Pr	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Swasta	> 4 tahun	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
91	Lk	31-40 tahun	SMA	Wiraswasta	> 4 tahun	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5

HASIL VARIABEL HUMANISTIS dan VARIABEL KEPUASAN

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	lama menjadi nasabah	HUMANISTIS					KEPUASAN				
						X1	X2	X3	X4	X5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5

1	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
2	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	3	4	3	4	3	4	4	5	3	5
3	Lk	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5
4	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	3	4	3	3	3	5	4	3	5
5	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4
6	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	3	4	5	4	3	4	5	5	3	4
7	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3
8	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	5	3	5	4	4	4	3	4	3
9	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4
10	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	2-3 tahun	5	3	4	3	5	5	4	4	5	4
11	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
12	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
13	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3
14	Pr	21-30 tahun	DIPLOMA	Pelajar	1-2 tahun	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
15	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
16	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
17	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	3	3	3	3	4	5	3	3	4
18	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
19	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4
20	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3
21	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	3	4	5	4	3	5	5	3
22	Lk	< 20 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	4	4	4	3	5	5	5	3	5
23	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3
24	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	3	2	3	3	4	4	5	4	4
25	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	< 1 tahun	2	2	2	2	3	4	4	2	4	2
26	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	3	3	3	2	4	4	3	2	4
27	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
28	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4
29	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3

59	Pr	< 20 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	5	3	5	3	5	3	5	5	5	4
60	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	< 1 tahun	3	3	3	3	3	5	3	5	3	4
61	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	1-2 tahun	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3
63	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	2-3 tahun	3	3	4	3	3	4	5	4	3	4
64	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3
65	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
66	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
67	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Lain-lain	1-2 tahun	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4
68	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
69	Lk	21-30 tahun	SMA	Wiraswasta	1-2 tahun	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4
70	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	2-3 tahun	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4
71	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Pelajar	1-2 tahun	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
72	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	2-3 tahun	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
73	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	1-2 tahun	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4
74	Pr	21-30 tahun	SMA	Wiraswasta	2-3 tahun	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
75	Lk	21-30 tahun	SARJANA	Wiraswasta	2-3 tahun	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
76	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
77	Pr	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Swasta	2-3 tahun	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
78	Lk	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Negri Sipil	> 4 tahun	5	3	4	3	5	4	5	4	5	3
79	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	< 1 tahun	5	3	4	3	4	5	5	4	4	4
80	Pr	21-30 tahun	SMA	Pelajar	1-2 tahun	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
81	Pr	21-30 tahun	SMA	Pegawai Swasta	1-2 tahun	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	Pr	21-30 tahun	SARJANA	Pegawai Swasta	2-3 tahun	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
83	Lk	41-50 tahun	DIPLOMA	Pegawai Negri Sipil	1-2 tahun	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
84	Pr	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Swasta	2-3 tahun	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
85	Pr	41-50 tahun	SARJANA	Pegawai Negri Sipil	> 4 tahun	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
86	Lk	31-40 tahun	DIPLOMA	Pegawai Negri Sipil	> 4 tahun	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
87	Lk	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Negri Sipil	> 4 tahun	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4

88	Lk	21-30 tahun	SMA	Pelajar	2-3 tahun	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
89	Pr	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Swasta	> 4 tahun	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
90	Pr	31-40 tahun	SARJANA	Pegawai Swasta	> 4 tahun	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
91	Lk	31-40 tahun	SMA	Wiraswasta	> 4 tahun	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5




CURRICULUM VITAE

PERSONAL INFORMATION



ABDUL AZIZ

 Jl. Cabe No. 17, Sambilegi, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta 55282

 085743485881

 abdulazizalbukhori@gmail.com

Sex Male | Date of birth 10 june 1993 | Nationality Indonesian

Formal Educational Background	SDN I Karang Sambung Mts Ummul Quro Al Islami Bogor Ma Ummul Quro Al Islami Bogor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
--------------------------------------	--

WORK EXPERIENCE

Description	Position	Year
Yayasan Pendidikan Islam Al Mucktar, Bekasi	Secretary	2011 – 2012
KBIH (Bimbingan Haji) Al Muchtar	Secretary & Accounting	2011-2012
Kantor Koran Radar Bogor	Jurnalis	2009-2011

ORGANIZATION

Description	Position	Year
Generasi Baru Indonesia (GenBI)/ komunitas penerima beasiswa Bank Indonesia	Koord. Dept. Pengembangan Sumber Daya Manusia	2014 - now
Ikatan Alumni Pondok Ummul Quro Al Islami (IKAPMI)	Dept. Pengembangan Sumber Daya Manusia	2013 – now
Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU) Chapter Sunan Kalijaga Islamic State University, Yogyakarta	Dept. Pendidikan	2014 - now
Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)	Koord. Dept.	2012 - 2013

	Pendidikan dan Pengembangan Anggota	
Keluarga Besar Mahasiswa Cirebon	Staff	2012 – now
Marching Band Ponpes Ummul Quro Al Islami, Bogor	Coach	2009 - 2011
Pengurus Pusat Pondok Pesantren Ummul Quro Al Islami, Bogor	Language Departemen Center	2009-2010

EDUCATION AND TRAINING

Description	Place
2 nd ASEAN International Conference on Islamic Finance	Convension Hall UIN unan Kalijaga Yogyakarta
Konferensi Mahasiswa Ekonomi Islam Indonesia (KMEII)	Kampus B Universitas Airlangga Surabaya
Workshop Nasional Kurikulum Akuntansi Syariah	Convension Hall UIN unan Kalijaga Yogyakarta
Challege your self to be social entrepreneur	Gedung Haritage Bank Indonesia
Roadshow Seminar Akuntansi Syariah	UIN unan Kalijaga Yogyakarta
Borobudur Write Culture Festival (BWCF)	Magelang
Training Be coming Good Public Speaker	Gedung Haritage Bank Indonesia
Pemegang Mahasiswa Pada Dunia Industri/Dunia Usaha	HS Silver
Pemasyarakatan Pemahaman Koperasi Melalui Gerakan Kewirausahaan Nasional	DESPERINDAKOP PemProv DI Yogyakarta
Leadership Cemp Generasi Baru Indonesia Nusantara	Bogor

PERSONAL SKILLS

Language Skill(s)	Indonesian (Native), Arabic (Intermediate), English (Intermediate)				
	UNDERSTANDING		SPEAKING		WRITING
	Listening	Reading	Spoken interaction	Spoken production	
	Native	Intermediated	Intermediated	Intermediated	Intermediated

Communication skills	<ul style="list-style-type: none"> ▪ good communication skills gained through my experience as Secretary and Koord. PSDM
----------------------	---

Organisational / managerial skills	<ul style="list-style-type: none"> ▪ leadership, time management, good communication, and discipline ▪ analytical thinking, and teamwork
------------------------------------	--

Job-related skills	<ul style="list-style-type: none"> ▪ good command of quality control processes (currently responsible for quality audit)
--------------------	---

Computer skills	<ul style="list-style-type: none"> ▪ good command of Microsoft Office™ tools, Social Media and Internet.
-----------------	---

