

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, LOKASI, DAN  
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK  
SYARIAH  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAI UMY)**



**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**PUTRI WIDYA SATITI  
NIM. 15820199**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, LOKASI, DAN  
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK  
SYARIAH  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAI UMY)**



**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**PUTRI WIDYA SATITI  
NIM. 15820199**

**DOSEN PEMBIMBING:  
JOKO SETYONO, SE., M.Si  
NIP. 19730702 200212 2 003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2020**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B- 215/ Un.02/ DEB/ PP.00.9/02/2020

Tugas Akhir dengan judul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, LOKASI, BRAND IMAGE, TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAI UMY)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PUTRI WIDYA SATITI  
Nomor Induk Mahasiswa : 15820199  
Telah diujikan pada : Rabu, 12 Februari 2020  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

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

Penguji I

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

Penguji II

**Alex Fahrur Riza, Se., M.Sc**  
NIP.19900412 000000 1 301

Yogyakarta, 21 Februari 2020  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dekan



**Dr. H. Syaifuddin Mahmudah Hanafi, M.Ag.**  
NIP. 19670518 199703 1 003



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FE-UINSK-BM-05-03/RO

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Putri Widya Satiti

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 perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Putri Widya Satiti  
NIM : 15820199  
Judul Skripsi : “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Lokasi, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FAI UMY)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi Saudari tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.  
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 05 Februari 2020  
Pembimbing

**Joko Setvono, SE., M.Si**  
NIP. 19730702 200212 1 003

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Widya Satiti

NIM : 15820199

Prodi : Perbankan Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Lokasi, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FAI UMY)”** 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. 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.

Yogyakarta, 05 Februari 2020

Penyusun



Putri Widya Satiti  
NIM. 15820199



## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

### TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Putri Widya Satiti

NIM : 15820199

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 Kualitas Pelayanan, Produk, Lokasi, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FAI UMY)”**.

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 mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penyusun/penyusun dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 05 Februari 2020

Yang menyatakan,



Putri Widya Satiti

15820199

## **MOTTO**

“Lakukan Apapun Sesuai Hati dan Logika”

“Minta Maaf pada Diri Sendiri untuk Minta Maaf pada Orang Lain”



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah SWT yang selalu memberi apa yang saya butuhkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ibu dan bapak tercinta, Ibu Ngatiyem dan Bapak Widodo, yang tidak henti-hentinya mendo'akan yang terbaik, selalu memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan yang luar biasa sampai saat ini. Terimakasih atas segala yang telah diberikan untuk saya yang tiada tara.

Teruntuk kakak saya, Fajar Binuko. Yang selalu mendo'akan dan mendukung serta menjadi motivator agar skripsi ini selesai.

Almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta





## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

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

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

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

### C. Ta'Marbuttah

Semua *ta'* marbuttah ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang

“al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
الأولياء كرامة	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I

كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

### F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

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

### H. Kata Sandang Alif + Lam

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

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

*Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

### I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Kelengkapan Produk, dan Reputasi Bank terhadap Keputusan Menggunakan Bank Syariah (studi kasus pada anggota KSEI di Yogyakarta). Adapun penulisan skripsi ini bertujuan untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. H. Yudian Wahyudi, M.A. 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 Joko Setyono, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini sekaligus Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si., selaku Dosen Penguji skripsi yang telah banyak memberikan arahan sekaligus Sekprodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc., selaku Dosen Penguji skripsi yang telah memberikan banyak arahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Keluarga besar civitas akademika Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua orang tua, Ibu Ngatiyem dan Bapak Widodo yang tiada henti memberi segala bentuk dukungan dengan penuh keikhlasan sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakak tercinta, Fajar Binuko yang selalu mendukung dan memberikan motivasi setra sebagai motivator, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak tercinta, Novi Nurlela Hardiani yang selalu mendukung dan memberikan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman, Sahabat dan keluarga baru, M. Dedat Dingkoroci, Putri Siti Kameliah, Deby Wahyu Priambodo, Sri Sunarti, Anifah Mujiasih, dan Mahmud Jailani yang dari awal perkuliahan selalu berjuang bersama, saling membantu, selalu ada dalam suka maupun duka, saling mengingatkan, dan saling mendoakan. Terimakasih atas semua kenangan yang telah kalian berikan, semoga kita semua dapat meraih cita-cita kita masing-masing.



11. Teman, Sahabat dan keluarga baru Helmy Ariefandi, dan Anisa Nurhayani, yang sudah memberikan dukungan dan doa.
12. Keluarga GenBell, Yuana, Ayuk, Isti, Watik, Indah, Tika yang telah memotivasi dan selalu mendukung skripsi dan menjadi keluarga sejak 11 tahun lalu.
13. Leila dan fajarian yang selalu memotivasi sehingga skripsi ini dapat selesai.
14. Teman seperjuangan Perbankan Syariah D 2015 yang selalu kompak dalam segala hal dan saling memotivasi satu sama lain sampai akhir.
15. Teman KKN 66 beserta seluruh warga Dusun Jeruk, Lubna, Khuzaemah, Uswatun, Arifah, Fathoni, Ari, Syarifudin, Rasyid, Saska yang selalu memberi do'a, nasihat dan semangat.
16. Mayang, Aldi, Tulus yang selalu menjadi teman dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
17. Keluarga Taruna Bhakti yang selalu memotivasi dan memberikan dukungan.
18. Teman- Teman KTDS yang memberikan motivasi, serta pelajaran berharga.
19. Teman-Teman seperjuangan Skripsi Anggi, Nadya, Uus yang saling membantu, mendukung dan mengingatkan.
20. Semua pihak yang turut berjasa, hingga terselesaikannya skripsi ini tidak mungkin penyusun sebut satu persatu.

Disamping itu penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 21 Januari 2020  
Hormat Saya,

**Putri Widya Satiti**  
**15820199**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Pembahasan .....	10

<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
1. Perilaku Konsumen .....	11
2. Perilaku Konsumen Islam .....	12
3. Model Perilaku Konsumen.....	13
4. Keputusan .....	15
5. Kualitas Pelayanan .....	18
6. Produk .....	21
7. Lokasi.....	23
8. <i>Brand Image</i> .....	24
B. Telaah Pustaka .....	25
C. Pengembangan Hipotesis .....	31
D. Kerangka Pemikiran.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	35
B. Populasi dan Sampel .....	36
1. Populasi .....	36
2. Sampel.....	36
C. Teknik Pengumpulan Data .....	37
D. Definisi Operasional Variabel .....	39
E. Uji Instrumen Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>

A. Profil Respondem.....	50
B. Analisis Statistik Deskriptif .....	52
C. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	54
1. Uji Validitas .....	54
2. Uji Reliabilitas .....	59
D. Uji Asumsi Klasik.....	60
1. Uji Normalitas .....	60
2. Uji Multikolinearitas .....	61
3. Uji Heteroskedastisitas.....	63
E. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
F. Hasil Uji Hipotesis .....	66
1. Uji Koefisien Determinasi .....	66
2. Uji F .....	67
3. Uji T .....	68
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Keterbatasan Penelitian.....	81
C. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Pustaka .....	26
Tabel 3.1 Skala Likert .....	39
Tabel 3.2 Landasar Operasional Variabel .....	42
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif .....	53
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Lokasi .....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan .....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	67
Tabel 4.14 Hasil Uji T .....	68
Tabel 4.15 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan .....	72
Tabel 4.16 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Produk .....	74
Tabel 4.17 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Lokasi .....	76
Tabel 4.18 Detail Jawaban Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> .....	78

## DAFTAR GAMBAR

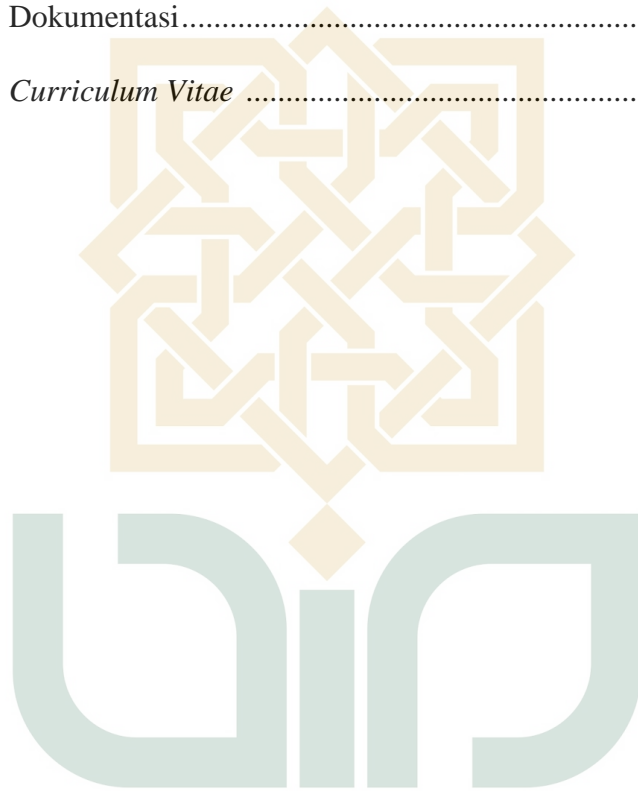
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen .....	13
Gambar 2.2 Model Sederhana Perilaku Konsumen .....	14
Gambar 2.3 Langkah Pengambilan Keputusan .....	16
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran .....	34
Gambar 4.1 Profil Responden .....	50
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	51
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Bank Stariah Yang Digunakan .....	51
Gambar 4.4 Uji Normalitas P-P Plot .....	61
Gambar 4.5 Scrtterplot .....	64





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Terjemahan Ayat Al-Qur'an.....	i
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian .....	vi
Lampiran 3 : Data Responden .....	viii
Lampiran 4 : Hasil Olah Data SPSS. 20 .....	xvi
Lampiran 5 : Dokumentasi.....	xxiv
Lampiran 6 : <i>Curriculum Vitae</i> .....	xxv



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, produk, lokasi, dan citra merek terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah studi kasus dilakukan pada mahasiswa FAI UMY. Penelitian ini bersifat kausal yang bertujuan untuk mengetahui apakah satu variabel dapat mempengaruhi variabel lain. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode sampel convenience. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda dengan IBM SPSS 20.

Hal penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. sedangkan lokasi dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Produk, Lokasi, Citra Merek, Keputusan**



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence of service quality, product, location, and brand image on the decision to become a customer of Islamic banks. Case studies were conducted at FAI UMY students. This research is causal which aims to find out whether one variable can affect other variables. The sample of this study were 100 respondents using a convenience sampling method. Data in this study were obtained through questionnaires and interviews. Data analysis methods used in this study are the validity test, reliability test, classic assumption test, and multiple linear regression analysis with IBM SPSS 20.*

*This research shows that the quality of services and products does not significantly influence the decision to become a customer of Islamic banks. while the location and brand image significantly influence the decision to become an Islamic bank customer.*

*Keywords: Service Quality, Product, Location, Brand Image, Decision*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Lembaga keuangan memiliki peranan penting dalam sistem perekonomian dan keuangan Indonesia. Peran lembaga keuangan yaitu mengelola dan menyalurkan kembali dana yang ada di masyarakat sehingga nantinya perekonomian Indonesia akan stabil. Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang ada di Indonesia. Berdasarkan data dari otoritas jasa keuangan (OJK), bank umum syariah dan unit usaha syariah pada bulan Januari tahun 2018 berjumlah 47, yaitu bank umum syariah berjumlah 13 dan unit usaha syariah berjumlah 34.

Pertumbuhan yang terjadi pada perbankan syariah secara signifikan merupakan suatu keberhasilan pada bidang pemasaran. Kinerja bank syariah masih mencatatkan pertumbuhan positif sampai dengan April 2018. Statistik Perbankan Syariah yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatatkan sampai dengan April 2018, total pembiayaan bank umum syariah (BUS) tumbuh 7,25% *year on year* menjadi Rp 191,04 triliun.

Perkembangan perbankan yang ada di Indonesia tentunya berasal dari beberapa kota besar, salah satunya seperti kota Yogyakarta. Hal tersebut dilihat dari jumlah perbankan syariah yang ada di Yogyakarta. Berdasarkan data dari OJK mengenai statistik perbankan syariah pada tahun 2018, Yogyakarta memiliki 9 kantor cabang BUS, 23 kantor cabang

pembantu dan 13 kantor kas. Sedangkan untuk UUS terdapat 4 kantor cabang, 5 kantor cabang pembantu, dan 4 kantor kas. Dilihat dari data tersebut, pertumbuhan yang terjadi di Yogyakarta tersebut dipicu oleh pengguna perbankan syariah yang cukup tinggi. Pengguna perbankan syariah yang tinggi tersebut, dapat berasal dari berbagai kalangan, baik orang tua maupun anak muda.

Yogyakarta merupakan kota pelajar, yang dimana banyak anak muda khususnya mahasiswa yang melanjutkan pendidikan di Yogyakarta. Sehingga bertempat tinggal sementara di Yogyakarta. Mahasiswa tersebut tentunya ikut serta dalam menggunakan perbankan syariah. Dengan keadaan tersebut mendorong pertumbuhan perbankan syariah yang ada di Yogyakarta.

Selain Yogyakarta sebagai kota pelajar, mayoritas penduduk yang ada di Yogyakarta juga memeluk agama Islam. sebagai mayoritas memeluk agama islam tentunya terdapat organisasi-organisasi islam yang ada di Yogyakarta. Walaupun terdapat beberapa organisasi yang ada dalam islam, namun tetap bisa hidup berdampingan, bahkan saling memajukan islam. Muhammadiyah merupakan salah satu organisasi yang di ada di Yogyakarta. Bahkan muhammadiyah tersebut tidak hanya sebuah organisasi saja, namun juga sebuah nama sekolah atau bahkan universitas.

Di Yogyakarta, universitas muhammadiyah yogyakarta (UMY) menjadi salah satu universitas swasta terbaik. UMY memiliki 9 fakultas, terdiri dari fakultas agama islam, fakultas ekonomi, fakultas hukum,

fakultas isipol, fakultas kedokteran dan ilmu kesehatan, fakultas pertanian, fakultas teknik, fakultas pendidikan bahasa, dan program vokasi/politeknik. Dari 9 fakultas tersebut fakultas agama islam memiliki 3 program studi, yakni pendidikan agama islam, komunikasi penyiaran islam, dan ekonomi syariah.

FAI menjadi salah satu fakultas pilihan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta karena mempunyai *networking* persyarikatan muhammadiyah. Jaringan tersebut berupa lembaga pendidikan mulai dari tingkat prasekolah sampai perguruan tinggi, yang jumlahnya ribuan. Jaringan yang lain berupa lembaga-lembaga perekonomian yang dimiliki muhammadiyah seperti *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), LAZIS Muhammadiyah, BAZIS Muhammadiyah dan Sebagainya. Jaringan ini sangat mendukung eksistensi program studi ekonomi dan perbankan syariah terutama sebagai tempat magang dan penyaluran kerja alumni.

Dengan adanya fakultas Agama Islam tersebut, banyak kemungkinan yang dapat mendorong perkembangan perbankan syariah yang ada di Yogyakarta. Selain dari nasabahnya yang menganut ajaran agama islam, lokasi, kualitas pelayanan dan produk juga menjadi pertimbangan penilaian penggunaan perbankan syariah.

Menurut Lupiyoadi (2001) dalam Ayunda: 2019, Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas untuk melakukan suatu kegiatan operasional. Lokasi yang mudah dijangkau transportasi

umum menjadi salah satu pertimbangan yang tinggi. Karena tidak semua mahasiswa Yogyakarta menggunakan kendaraan pribadi, sehingga lokasi yang tepat dapat mempengaruhi sebuah keputusan.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi suatu harapan (Tjiptono, 2001). Definisi kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai suatu upaya dalam pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen serta tindakan dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan dalam perbankan syariah yaitu suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh pihak bank yang berguna untuk memenuhi harapan konsumen atau nasabah sehingga dapat seimbang.

Kualitas pelayanan yakni penilaian secara menyeluruh terhadap pelayanan yang diberikan suatu perusahaan. Dengan adanya penilaian nasabah akan menimbulkan persepsi nasabah. Persepsi nasabah tersebut dapat mendorong nasabah atau konsumen dalam memilih atau mengambil keputusan untuk menggunakan jasa atau produk perbankan syariah.

Selain dari kualitas pelayanan, konsumen atau nasabah akan mempertimbangkan jenis produk maupun jasa yang akan di gunakan sehingga nasabah dapat memutuskan produk atau jasa mana yang dipilih. Menurut kotler & Armstrong, (2001: 346) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk mendapatkan perhatian, dibeli,



digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen maupun nasabah. Dengan adanya berbagai produk yang ada dalam bank syariah akan menimbulkan pengetahuan terhadap nasabah sehingga nasabah mampu memilih atau menggunakan produk apa yang cocok untuk digunakan. Hal ini akan menimbulkan konsumen atau nasabah dalam mengambil keputusan dalam memilih.

Bank syariah terus meningkatkan inovasi dalam mengembangkan dan meningkatkan produk serta layanan syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dalam meningkatkan produk unggulan, perusahaan juga mempertimbangkan lokasi perusahaan, karena kinerja ekonomi lokal dapat ditentukan oleh letak geografis wilayah tersebut. Apabila produk-produk yang dimiliki tidak sesuai dengan keinginan konsumen maupun nasabah, maka sebaik apapun produk tersebut tidak akan mempengaruhi kemajuan sebuah perusahaan. Berdasarkan penelitian Syaima (2017) menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan di bank BJB Syariah.

Salah satu cara perusahaan agar produknya dikenal dan digunakan konsumen maupun nasabah yakni dengan menciptakan merek. Informasi mengenai merek perusahaan dapat di berikan melalui media massa, orang-orang terdekat, pamflet, maupun media lainnya. Merek yang diciptakan perusahaan harus memiliki unsur-unsur yang mudah, menarik perhatian

dan mampu meyakinkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian untuk menggunakan produk tersebut.

Bank syariah harus tetap meningkatkan kualitas pelayanan dalam suatu produk unggulan agar nasabah senantiasa memilih bank syariah sebagai bank terbaik yang mampu bersaing dengan bank konvensional dan tetap eksis dalam dunia perbankan. Memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada nasabah merupakan kunci terpenting untuk bersaing dan memenangkan persaingan dalam dunia perbankan. Keputusan nasabah merupakan titik penting dalam kemajuan bank syariah, tanpa adanya keputusan nasabah pihak bank tidak akan mampu melakukan hal apapun untuk langkah selanjutnya.

Menurut Setiadi (2013), Suatu keputusan (decision) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kusuma Aji Tri Atmojo(2017) di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Khasanah Ummat Purwokerto dihasilkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi,dan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka semakin tinggi nasabah yang akan melakukan pembelian. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitriana (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti kembali

variabel kualitas pelayanan, apakah ditemukan hasil yang berbeda dari dua peneliti sebelumnya atau tidak.

Alasan peneliti memilih objek penelitian pada Mahasiswa FAI UMY karena selain dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta merupakan salah satu Universitas swasta terbesar di Yogyakarta, UMY juga mempunyai *networking* persyarikatan muhammadiyah. Jaringan tersebut berupa lembaga pendidikan mulai dari tingkat prasekolah sampai perguruan tinggi, yang jumlahnya ribuan. Jaringan yang lain berupa lembaga-lembaga perekonomian yang dimiliki muhammadiyah seperti *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), LAZIS Muhammadiyah, BAZIS Muhammadiyah dan Sebagainya. Jaringan ini sangat mendukung eksistensi program studi ekonomi dan perbankan syariah terutama sebagai tempat magang dan penyaluran kerja alumni. Oleh karena itu, hal ini menjadi salah satu peluang bagi Mahasiswa FAI UMY untuk lebih mengenal dan menggunakan jasa bank syariah sehingga jaringan tersebut semakin membesar.

Untuk mengetahui bank syariaah yang ada di Yogyakarta memberikan pelayanan yang sesuai harapan, maka perlu diadakan evaluasi atau penilaian dari nasabahnya. Oleh sebab itu, mengingat arti penting kualitas pelayanan, produk, lokasi, dan *Brand image* dalam mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan, maka perlu dikaji bagaimana unsur-unsur tersebut mampu meningkatkan perusahaan untuk tetap unggul dalam bersaing. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, penulis akan

melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Lokasi, dan *Brand image* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan yang telah dikemukakan pada bagian latar belakang penelitian diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah?
2. Bagaimana produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah?
3. Bagaimana lokasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah?
4. Bagaimana *brand image* berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah.
2. Menjelaskan produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah.

3. Menjelaskan lokasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah.
4. Menjelaskan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh kualitas pelayanan, produk, lokasi, dan *brand image* terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah.

2. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi mengenai seberapa pengaruh kualitas pelayanan, produk, lokasi dan *brand image* terhadap keputusan menjadi nasabah. Sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dan bahan pertimbangan dalam menentukan langkah-langkah kebijakan mengenai kegiatan pemasaran perbankan syariah.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan pengetahuan untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, produk, lokasi, *brand image* dan keputusan nasabah dimasa yang akan datang.

4. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan sumber informasi kepada masyarakat mengenai lembaga keuangan khususnya Bank Syariah.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini secara garis besar terdiri dari lima bab, yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil dan pembahasan, serta penutup.

**BAB I**       Pendahuluan, bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah yang kemudian ditentukan perumusan masalahnya, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II**       Tinjauan Pustaka, bagian ini menguraikan teori-teori yang digunakan dan peneliti terdahulu yang mendukung penelitian, kerangka pemikiran, serta hipotesis

**BAB III**      Metode Penelitian, bagian ini menjelaskan definisi operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data yang akan dianalisis, metode pengumpulan data, serta metode analisis apa yang digunakan.

**BAB IV**      Hasil dan Analisis, bagian ini menguraikan deskripsi objek penelitian, analisis data penelitian, dan pembahasan mengenai hasil analisis dari objek penelitian.

**BAB V**        Penutup, bagian ini memuat tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis, keterbatasan dalam penelitian, dan saran yang di ajukan kepada pihak-pihak tertentu yang berkaitan dalam penelitian.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ( $0,481 > 1,985$ ) dan nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 ( $0,632 < 0,05$ ).
2. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara produk terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ( $1,680 > 1,985$ ) dan nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 ( $0,096 < 0,05$ ).
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,476 > 1,985$ ) dan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ).
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $6,315 > 1,985$ ) dan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

## **B. KETERBATASAN PENULIS**

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis dapat menyampaikan beberapa keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel dari 100 responden dari jumlah mahasiswa FAI UMY sebanyak 3125 mahasiswa, diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan sampel yang lebih banyak dan objek yang lebih luas.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada 4 variabel, dan terdapat dua variabel yang tidak berpengaruh signifikan sedangkan 2 variabel lainnya berpengaruh signifikan.

## **C. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah  
Pihak bank syariah sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan dan produk sehingga diharapkan dapat meningkatkan keputusan menjadi nasabah bank syariah, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai secara maksimal.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabel independen berdasarkan isu-isu yang sedang terjadi. Sehingga diharapkan ada pembaruan pada penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Kotler, Philip dan Armstrong. 2008. *Dasar – dasar Perusahaan*. Intermedia. Jakarta
- Kotler, Philip dan Armstrong. 1995. *Dasar – dasar Perusahaan*. Intermedia. Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: erlangga
- Peter, j paul dan jerry. 2000. *consumer behavior perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. jakarta: erlangga
- Prasetyu, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Setiadi, N J. 2003. *Perilaku Konsumen prespektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Jakarta: Kencana prenada media group
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra, Uhar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Suryani, Tatik. 2012. *Perilaku konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Umar, Husein. 2010. *Riset Pemasaran dan Perilaku Komsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk skripsi dan Tesis Bisnis.*, Edisi Kedua. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wiley. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat

### Skripsi

Fitriana, Rizza Erlina. 2018. *Pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan transaksi dan word of mouth terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah di bank syariah bukopin kantor cabang yogyakarta*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pratiwi, Ragil Intan. 2018. *pengaruh label halal, kualitas produk, brand image, harga terhadap keputusan pembelian produk (studi kasus pada konsumen produk luwak white koffie)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Putri, Tandi Larasati. 2017. *pengaruh lokasi, produk, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga dalam menjadi nasabah bank syariah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: IAIN Salatiga

Tri Atmojo, KA. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Pembiayaan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah*

*Bank pembiayaan Rakyat Syariah Khasanah Ummat Purwokerto. Skripsi FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

## **Jurnal**

- Anggoro, MA. 2018. *The effect of service quality and product quality on consumer purchasing decision of ready mix concrete at pt duta beton sejati medan. Jurnal mutiara akuntansi Vol 3 no. 1*
- Siregar, Budi Gautama. 2018. *Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan menjadi Nasabah Tabungan Marhamah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Volume 04 No.1*
- Sumantri, Bagja. 2014. *Pengaruh Kualitas pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Jurnal Economia, Volume 10, Nomor 2*
- Suparman, dan Rois Arifin. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Citra Perusahaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang). E-Jurnal Riset Manajemen*

## **Website**

<http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi->

[kualitas-pelayanan.html](http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html) diakses pada 01 oktober 2019 pukul

08.17

<http://artikelhukum88.blogspot.com/2012/10/pengertian-produk-menurut-para-ahli.html> diakses pada 01 oktober 2019 pukul 08.45

<https://keuangan.kontan.co.id/news/bank-syariah-tumbuh-positif-sampai-pertengahan-tahun> diakses pada tanggal 22 juli 2019 pukul 11.04.

<https://docplayer.info/57595899-Pengaruh-kualitas-layanan-citra-merek-dan-lokasi-terhadap-keputusan-pembelian.html> diakses pada 20 februari 2020 pukul 01.35

<https://sevima.com/5-kampus-terbaik-di-yogyakarta-versi-kemenristek-brin/> diakses pada tanggal 17 februari 2020 pukul 13.55

<https://jogja.tribunnews.com/2019/08/19/daftar-kampus-di-di-yogyakarta-yang-masuk-daftar-100-perguruan-tinggi-terbaik-kemenristekdikti-2019> diakses pada tanggal 17 februari 2020 pukul 13.57