

**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *SYARIAH COMPLIANCE*  
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH  
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)**



**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:  
CELYA CANDRA DEWI  
NIM. 15820187**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2019**

**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *SYARIAH COMPLIANCE*  
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH  
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)**



**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:  
CELYA CANDRA DEWI  
NIM. 15820187**

**PEMBIMBING:  
JOKO SETYONO, SE., M.Si.  
NIP. 19730702 200212 1 003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2019**



PENGESAHAN TUGAS AKHIR  
Nomor : B-475 /Un.02/DEB/PP.00.9/2/2019

Tugas Akhir dengan judul : "Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)"

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Celya Candra Dewi  
Nomor Induk Mahasiswa : 15820187  
Telah diujikan pada : Kamis, 07 Februari 2019  
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

Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si  
NIP. 19840216 200912 2 004

Penguji II

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.  
NIP. 19810726 201503 1 002

Yogyakarta, 19 Februari 2019  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dekan,



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



**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal : Skripsi Saudari Celya Candra Dewi

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Di Yogyakarta

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh*

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

Nama : Celya Candra Dewi

NIM : 15820187

Judul Skripsi : “Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)”

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri 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 dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wasaalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Yogyakarta, 29 Januari 2019

**Pembimbing**

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

**NIP. 19730702 200212 1 003**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Celya Candra Dewi

NIM : 15820187

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari 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 penyusun. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 29 Januari 2019

Penyusun



Celya Candra Dewi

NIM. 15820187

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

---

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

Nama : Celya Candra Dewi  
NIM : 15820187  
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

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

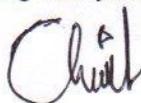
**“Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 29 Januari 2018

Yang Menyatakan,



(Celya Candra Dewi)

## HALAMAN MOTTO

“Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

-QS. Al Baqarah:216-

“Kesuksesan hanya dapat diraih dengan usaha disertai doa.”

- Celya Candra Dewi -

Mulailah dari tempatmu berada. Gunakan yang kau punya. Lakukan yang kau bisa.

- Arthur Ashe-

Agar sukses, kemauanmu untuk berhasil harus lebih besar dari ketakutanmu akan kegagalan.

- Bill Cosby-

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Pahlawanku yang menjadi pejuang di balik layar, yaitu bapak ibu saya tercinta.

(Bapak Yulianto dan Ibu Noor Hayati)

Adikku tercinta yang mewarnai hariku.

(Alam Dwi Pamungkas)

Keluarga besarku yang memberikan dukungan, doa, dan semangat.

Sahabat-sahabat setiaku dan teman-temanku yang selalu memberikan

dukungan, doa, dan semangat.

Beserta Almamater tercinta

(UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA)

## PEDOMAN TRANSLITERASI

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

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Zāl	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sād	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

## B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة عدة	Ditulis	Muta'addidah
	Ditulis	'iddah

## C. *Ta'marbūtah*

Semua *Ta'marbūtah* ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang dikutip 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>Ḥikmah</i>
علة	Ditulis	'illah
كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>

## D. Vokal Pendek dan Penerapannya

ـَ	Fathah	Ditulis	A
ـِ	Kasrah	Ditulis	i
ـُ	Ḍammah	Ditulis	u

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

### E. 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>

### F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya mati		Ditulis	<i>Ai</i>
	بينكم		Ditulis	<i>bainakum</i>
2	Dammah + wawumati		Ditulis	<i>au</i>
	قول		Ditulis	<i>qaul</i>

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

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

### H. Kata sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

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

2. Bila diikuti oleh huruf *Syamsiyah* ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyah* tersebut.

السماء	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

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

Ditulis menurut penulisannya

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



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)**”. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh ummatnya.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang teramat dalam kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, pihak-pihak tersebut adalah:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi MA. 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 Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa sabar dalam memberikan arahan dan membimbing penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, M. Si., selaku Sekertaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang selalu memberikan semangat, doa, dan informasi-informasi penting selama proses penulisan skripsi.

5. Bapak Farid Hidayat, S.H., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama berkuliah dan mendukung judul skripsi penulis.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta pengalaman pengetahuannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Keluarga Besar Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang (Bapak Roni Irawan, Bapak Arif Triyono Supriyadi, Mas Defi, Mbak Okta, Mbak Nana, dan seluruh staf lainnya) yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan juga memberikan semangat.
9. Kedua Orang tuaku, yaitu Ayah Yulianto dan Ibu Noor Hayati, adikku Alam Dwi Pamungkas, Kakek dan Nenekku Klijo Adi Prayitno dan Supinah, Pakde dan Budeku Abdul dan Narsih, Paman dan Bibiku Endi dan Gina, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa.
10. Sahabatku sedari kecil yang tersayang dan tercinta, yaitu Tiyas Murni Wati yang memberikan pinjaman laptop ketika laptop penulis sedang rusak dan tak lupa juga memberikan semangat, Tri Ajeng Aryantini yang memberikan doa dan semangat, Oknatu Arba'atin, Lutfiathun Ardhiyah, dan Fani Nurhidayah yang memberi dukungan.
11. Sahabatku sedari menjadi mahasiswa baru sampai sekarang, yaitu Uswatun Khasanah, Amalia Martha Supri Ekawati, Anggie Novitasari yang selalu memberikan dukungan, memberikan semangat dan menghibur penulis.
12. Sang motivatorku yang sekaligus adalah sahabatku, yaitu Ian Aulia Latifah Hanim dan Milatul Wirda yang telah memberikan kata-kata motivasi yang sangat membangkitkan semangat dan juga membuat penulis sadar serta merasa tenang.
13. Teman rasa sahabat dan keluarga, yaitu Diah Mitha Sugiyanti, Eka Astuti Rahmawati, Indah Maesaroh, dan Erifa Ni'maturohmah yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat.

14. Teman terbaikku, Ervan Triyanto yang tidak pernah lelah untuk memberikan dukungan, doa, semangat, dan juga bersedia memberikan pinjaman laptop ketika laptop penulis sedang rusak.
15. Teman-temanku yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat, yaitu Arif Setiawan, mas Aji, mas Yayan, Ahmad Shodiqin, Sri, Dhita, mas Rizki, Mae, Nabila dan teman-teman yang lain yang belum tersebutkan namun pernah memberikan semangat.
16. Teman-teman KKN angkatan 96 Kelompok 285, yaitu Dessy Rahmawati yang sudah dianggap kakak oleh penulis dan selalu memberikan semangat, Tanti Agustina yang menjadi teman diskusi dan teman curhat yang selalu memberikan semangat, Arum Triasning Prastiwi dan Qoni' Sa'adah yang selalu memberikan doa dan semangat, Sri Utari Widiyawati, Priambodo, Moh Zakariya, Muh. Wahyudi dan Abdul Majid yang memberikan dukungan.
17. Teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2015 khususnya Perbankan Syariah D yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa.
18. ForSEBI yang telah memberikan banyak pengalaman berharga kepada penulis.
19. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir serta dalam menempuh studi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal saleh dan mendapat balasan melebihi apa yang telah diberikan oleh Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya.

*Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin.*

Yogyakarta, 23 Januari 2019

Penulis,

Celya Candra Dewi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....</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>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xxi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori.....	14
1. Perilaku Konsumen.....	14
2. Model Perilaku Konsumen .....	17
3. Keputusan Pembelian .....	19
4. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	24
5. <i>Syariah Compliance</i> (Kepatuhan Syariah) .....	56
B. Telaah Pustaka .....	67
C. Pengembangan Hipotesis .....	71

1.	Pengaruh <i>Product</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah .....	71
2.	Pengaruh <i>Price</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah .....	72
3.	Pengaruh <i>Place</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah .....	73
4.	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah .....	74
5.	Pengaruh <i>Process</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah .....	75
6.	Pengaruh <i>Physical Evidence</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah .....	77
7.	Pengaruh <i>People</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah .....	78
8.	Pengaruh <i>Syariah Compliance</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah .....	79
D.	Kerangka Pemikiran .....	80
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>81</b>
A.	Jenis Penelitian .....	81
B.	Jenis dan Sumber Data .....	81
C.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	83
D.	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	85
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	89
F.	Instrumen Penelitian .....	90
G.	Pengujian Instrumen Penelitian .....	92
1.	Uji Validitas .....	92
2.	Uji Reliabilitas .....	93
H.	Teknik Analisis Data .....	93
1.	Analisis Deskriptif .....	93
2.	Uji Asumsi Klasik .....	94
3.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	98
4.	Uji Hipotesis .....	99
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>103</b>
A.	Deskripsi Objek Penelitian .....	103
B.	Analisis Deskriptif .....	106
C.	Pengujian Instrumen .....	116
D.	Uji Asumsi Klasik .....	120
E.	Analisis Regresil Linear Berganda .....	124
F.	Pengujian Hipotesis .....	126
G.	Pembahasan .....	132
1.	Pengaruh <i>Product</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang .....	133

2.	Pengaruh <i>Price</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.....	137
3.	Pengaruh <i>Place</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.....	141
4.	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.....	145
5.	Pengaruh <i>Process</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.....	150
6.	Pengaruh <i>Physical Evidence</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang .....	153
7.	Pengaruh <i>People</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.....	158
8.	Pengaruh <i>Syariah Compliance</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang .....	162
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>166</b>
A.	Kesimpulan .....	166
B.	Saran.....	167
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>167</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>i</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Rekening Dana Pihak Ketiga.....	3
Tabel 2.1 Perluasan <i>Marketing Mix</i> .....	25
Tabel 2.2 Telaah Pustaka .....	67
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	90
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	107
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Agama .....	107
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status .....	108
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	109
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	109
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	110
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	111
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	113
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	116
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	119
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov .....	120
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas .....	121
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastistas Dengan Uji Glejser .....	123
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linear Berganda .....	124
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	126
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	127
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	128

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 Model Perilaku Konsumen.....	18
---------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	i
Lampiran 2 Data Responden.....	viii
Lampiran 3 Tanggapan Responden.....	xiii
Lampiran 4 Hasil Output SPSS Versi 24.....	xvii
Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian .....	xxvi
Lampiran 6 Hasil Wawancara.....	xxvii
Lampiran 7 Dokumentasi .....	xxxv
Lampiran 8 <i>Curriculum Vitae</i> .....	xxxvii



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* (*product, price, place, promotion, process, physical evidence, people*) dan *syariah compliance* terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dengan pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan total sampel 99 responden. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS vs. 24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *process* dan *syariah compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Sedangkan, variabel *product, price, place, promotion, physical evidence, dan people* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

**Kata Kunci:** *Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence, People, Syariah Compliance, Keputusan Menjadi Nasabah.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of marketing mix (product, price, place, promotion, process, physical evidence, people) and sharia compliance on the decision to become a customer at the Kaliurang Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta. This type of research is a field research with a quantitative approach. The population in this study were all customers of Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang with sampling using the simple random sampling method. Data collection techniques using questionnaires with a total sample of 99 respondents. The analytical tool used is multiple linear regression analysis using SPSS vs. software. 24. The results of this study indicate that process variables and syariah compliance have a positive and significant effect on the decision to become a customer at Kaliurang Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta. Meanwhile, product, price, place, promotion, physical evidence, and people variables do not affect the decision to become customers in Kaliurang Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta.*

**Keywords:** *Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence, People, Syariah Compliance, Decision to Become a Customer.*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Istilah bank merupakan sesuatu yang sudah tidak asing lagi untuk kita dengarkan. Beberapa orang yang mendengar istilah bank akan langsung mengaitkannya dengan uang, karena memang bank adalah sebuah lembaga keuangan. Definisi dari bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank terbagi menjadi dua jenis, yaitu bank dengan prinsip konvensional yang mendapatkan keuntungan dari bunga dan bank dengan prinsip syariah yang mendapatkan keuntungan dari bukan bunga.

Lembaga perbankan dan keuangan syariah saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut berawal dari berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991. Berdirinya Bank Muamalat Indonesia yang sejalan dengan peningkatan kesadaran masyarakat atas pelayanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah telah memotivasi lahirnya lembaga keuangan syariah lainnya. Pada tahun 1998, *dual system bank* diterapkan dengan diamanemennya UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 dengan UU No. 10 Tahun 1998. Sistem perbankan ini mengizinkan bank-bank konvensional untuk beroperasi menggunakan prinsip

syariah dengan cara membuka Unit Usaha Syariah (UUS) sehingga mempercepat pertumbuhan perbankan syariah.<sup>1</sup> Selain itu, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 9 tentang Perbankan Syariah juga menjelaskan bahwa Bank Umum Konvensional yang akan melakukan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah wajib membuka UUS di kantor pusat Bank dengan izin Bank Indonesia.

Dari banyaknya lembaga keuangan yang ada di Indonesia membuat keadaan perbankan syariah akhir-akhir ini semakin memperlihatkan tingkat persaingan yang sangat ketat. Berdasarkan laporan yang termuat dalam Statistik Perbankan Syariah (SPS) menunjukkan bahwa hingga bulan Agustus 2018, jumlah Bank Umum Syariah (BUS) tercatat sebanyak 13 bank dengan jumlah kantor sebanyak 1.822 kantor, Unit Usaha Syariah (UUS) tercatat sebanyak 21 unit dengan jumlah kantor sebanyak 350 kantor, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tercatat sebanyak 168 bank dengan jumlah kantor sebanyak 466 kantor.<sup>2</sup>

Selain itu, minat masyarakat terhadap perbankan syariah juga mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut ditunjukkan oleh jumlah rekening dana pihak ketiga pada bulan Agustus 2018 yang lebih banyak daripada bulan Desember 2017. Di bawah ini adalah tabel perbandingan jumlah rekening dana pihak ketiga pada tahun 2017 dan 2018 berdasarkan laporan yang termuat dalam Statistik Perbankan Syariah (SPS).

---

<sup>1</sup><http://business-law.binus.ac.id/2018/07/03/perkembangan-lembaga-perbankan-dan-keuangan-syariah-di-indonesia/>. Diakses tanggal 29 Desember 2018. Pukul 12.15 WIB.

<sup>2</sup><https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Agustus-2018.aspx>. Diakses tanggal 16 Oktober 2018. Pukul 13.57 WIB.

**Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Rekening Dana Pihak Ketiga**

<b>Bulan dan Tahun</b>	<b>BUS</b>	<b>UUS</b>	<b>BPRS</b>	<b>Total</b>
Desember 2017	21,34 Juta	4,50 Juta	6,99 Juta	32,83 Juta
Agustus 2018	22,55 Juta	5,02 Juta	7,60 Juta	35,17 Juta

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Oktober 2018

Dari peningkatan minat masyarakat terhadap bank syariah, menunjukkan bahwa bank syariah berpotensi besar untuk menjadi pilihan utama masyarakat, baik untuk melakukan penyimpanan uang, pembiayaan, maupun transaksi.

Kotler dan Armstrong (2001: 196) menjelaskan mengenai model perilaku konsumen yang diawali dengan adanya rangsangan pemasaran dari perusahaan dan rangsangan lain dari luar perusahaan. Rangsangan pemasaran terdiri dari 4P bagi perusahaan manufaktur dan 7P bagi perusahaan jasa. Sedangkan, rangsangan lain terdiri dari ekonomi, teknologi, politik, dan budaya. Rangsangan tersebut akan masuk ke dalam kotak hitam pembeli yang nantinya akan menciptakan karakteristik pembeli yang mempengaruhi bagaimana pembeli tersebut bersikap dan bereaksi terhadap rangsangan. Setelah itu, akan terjadi proses keputusan pembelian melalui 5 tahap yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Sehingga nantinya akan menghasilkan tanggapan pembeli yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan dealer, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Jadi, keputusan menjadi nasabah sangat dipengaruhi oleh adanya rangsangan pemasaran yang diberikan oleh perusahaan melalui *marketing mix*.

*Marketing mix* merupakan seperangkat alat pemasaran yang dipakai perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya (Kotler, 2009: 23). *Marketing mix* untuk perusahaan jasa terdiri dari 7P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *Process* (proses), *Physical Evidence* (bukti fisik), dan *People* (Orang). Menurut Kotler (2009: 346), produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dibeli sehingga dapat digunakan untuk mencukupi keinginan dan kebutuhan. Menurut Kotler (2001: 439), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Menurut Kasmir (2004: 145), tempat atau lokasi bank merupakan lokasi di mana diperjualbelikannya produk bank. Menurut Kasmir (2004: 246), promosi merupakan kegiatan menawarkan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Lovelock (2010: 29), Proses merupakan bagaimana perusahaan melakukan sesuatu. Menurut Kotler (2016), Bukti fisik adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Menurut Ciptono (2011: 42), bagi beberapa perusahaan jasa, orang adalah unsur yang sangat penting karena setiap orang adalah '*part-time marketer*' yang tindakan dan perilakunya berdampak langsung pada output yang diterima pembeli.

Penelitian yang dilakukan Mudin (2013: 87-89) mengungkapkan bahwa diantara semua variabel 7P dalam *marketing mix*, yang berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah untuk menabung, yaitu variabel produk, harga, proses dan bukti fisik. Sedangkan dalam penelitian Wijaya

dan Ariyanti (2018: 293) mengungkapkan bahwa yang berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah hanya variabel produk, lokasi, orang, dan proses. Dan pada penelitian lain yang dilakukan Zamroni dan Rokhman (2016: 106-108) mengungkapkan bahwa semua variabel 4P dalam *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah.

Selain rangsangan pemasaran 7P dari perusahaan, *syariah compliance* (kepatuhan syariah) juga bisa dijadikan rangsangan yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/ 2/ PBI/ 2011 tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum, maka yang dimaksud dengan kepatuhan adalah nilai, perilaku, tindakan yang membantu terbentuknya kepatuhan terhadap ketentuan Bank Indonesia dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk prinsip syariah bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah. Jadi *syariah compliance* merupakan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam semua kegiatan perbankan syariah. Dari hasil penelitian Zamroni, dkk (2016) mengungkapkan bahwa *syariah compliance* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Umum Syariah.

Bank Syariah Mandiri atau selanjutnya disingkat dengan BSM, merupakan salah satu bank umum syariah di Indonesia yang kinerjanya bagus dan mampu bersaing dengan bank-bank syariah lainnya yang ada di Indonesia. Kinerja bagus tersebut dapat dinilai berdasarkan laporan keuangan Bank Syariah Mandiri yang menunjukkan bahwa total aset pada Oktober

2018 sebesar 93,70 triliun. Aset tersebut naik dibandingkan Desember 2017 yang hanya sebesar 87,94 triliun. Dalam penghimpunan dana pada Oktober 2018, BSM berhasil menghimpun Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar 82,83 triliun. yang naik dibandingkan dengan Desember 2017 yang hanya sebesar 77,90 triliun. Laba sebelum pajak yang diperoleh BSM pada Oktober 2018 adalah sebesar 715,83 miliar. Dan total ekuitas BSM pada Oktober 2018 mencapai 7,91 triliun dan sudah masuk kategori BUKU 3.<sup>3</sup>

Selain itu, Bank Syariah Mandiri juga memperoleh beberapa penghargaan pada tahun 2018 yang terdiri dari Bank Pendukung Pengendalian Moneter Syariah Terbaik dalam BI Award 2018 yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia, *Critic's Choice Best CRO of The Year 2018*, *Critic's Choice Best Brand Experience 2018*, *The Strongest Islamic Retail Bank in Indonesia 2018* dan *The Strongest Islamic Retail Bank in Asia 2018* dalam *Islamic Retail Banking Award 2018* yang diselenggarakan oleh *Cambridge Analytica Islamic Finance*, *The Most Efficient Sharia Bank* Kategori Bank Buku 3 dalam Anugerah Syariah Republika yang diselenggarakan oleh Harian Republika, Bank yang berpredikat “Sangat Bagus” atas Kinerja Keuangan Selama Tahun 2017 dalam Infobank Awards yang diselenggarakan oleh Majalah Infobank, *Best Islamic Retail Bank in Indonesia* dalam *The Best Financial Institution Awards 2018* yang diselenggarakan oleh *Alpha Southeast Asia*, *The 1st Champion of Indonesia Original Brand 2018 Product Category: Sharia Banking* dalam *Champion*

---

<sup>3</sup>

<https://www.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/company-report/laporan-keuangan/laporan-bulanan#>. Diakses tanggal 29 November 2018. Pukul 09.45 WIB.

*Indonesia Original Brand 2018* yang diselenggarakan oleh Majalah Swa, Bank yang berpredikat “Sangat Bagus” atas Kinerja Keuangan Selama Tahun 2017 dalam Infobank Awards yang diselenggarakan oleh Majalah Infobank, Bank Syariah Mandiri: untuk kategori Top Tabungan Haji 2018 dalam Top Bank 2018 yang diselenggarakan oleh *Business News Indonesia*, Bank Syariah di Indonesia yang berpredikat Sangat Bagus atas Kinerja Keuangan tahun 2017 dalam *Best Islamic Trade Finance Bank Award* yang diselenggarakan oleh *The Asset Asian Hongkong*, *1<sup>st</sup> Best Overall Performance*, *1<sup>st</sup> Best Overall Minus E-banking*, *1<sup>st</sup> Best Teller*, *1<sup>st</sup> Best Telepon*, *2<sup>nd</sup> Best Customer Service*, *3<sup>rd</sup> Best Satpam* dan *Special Awards “Golden Trophy”* dalam *Banking Service Excellence Award 2018* yang diselenggarakan oleh Majalah Infobank bekerjasama dengan *Marketing Research Indonesia (MRI)*, Peringkat II *Engagement Bank Umum Syariah*, Peringkat I *Satisfaction (Teller) Bank Umum Syariah*, Peringkat I *Satisfaction (Fisik) Bank Umum Syariah*, Peringkat I *Satisfaction (Customer Service) Bank Umum Syariah*, Peringkat I *Satisfaction (Satpam) Bank Umum Syariah*, Peringkat I *Satisfaction Bank Umum Syariah*, Peringkat I *Loyalty Bank Umum Syariah*, Peringkat I *Satisfaction (ATM) Bank Umum Syariah*, Peringkat I *Experience Bank Umum Syariah*, Peringkat I *Net Promotor Score (NPS) Bank Umum Syariah*, Peringkat I Overall Bank Umum Syariah dalam *Satisfaction Loyalty Engagement Awards* kategori Bank Umum Syariah yang diselenggarakan oleh Majalah Infobank bekerjasama dengan *Marketing Research Indonesia*, Peringkat I *Digital Brand Bank Umum Syariah* dan *The*

*Best Digital Brand 2013-2017* dalam Kategori Bank Umum Syariah 2018, Peringkat I *Digital Brand* Tabungan Bank Umum Syariah dan *The Best Digital Brand 2013-2017* dalam Kategori Tabungan Bank Umum Syariah 2018, Peringkat I *Digital Brand* KPR Bank Umum Syariah dalam Kategori KPR Bank Umum Syariah 2018 yang diselenggarakan oleh Majalah Infobank bekerjasama dengan *Isentia Research*.<sup>4</sup>

Bank Syariah Mandiri tersebar di seluruh provinsi yang ada di Indonesia. Salah satunya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang terdiri dari 13 kantor yaitu BSM KC Yogyakarta, BSM KCP Ambarukmo, BSM KCP Bantul, BSM KCP Godean, BSM KCP Sleman, BSM KCP Wonosari, BSM KCP Yogyakarta Kaliurang, BSM KCP Yogyakarta Katamso, BSM KCP Yogyakarta Kotagede, BSM KCP Yogyakarta Wirobrajan, BSM KK Bantul, BSM KK Bantul UMY dan BSM KK Yogyakarta UII.<sup>5</sup>

Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang yang beralamat di Jl. Kaliurang No.6A, Kentungan, Condongcatur, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu bank yang memiliki lokasi strategis. Bank tersebut dekat dengan jalan raya sehingga mudah untuk dijangkau oleh calon nasabah. Selain itu, BSM KCP Yogyakarta Kaliurang

---

<sup>4</sup><https://www.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/penghargaan>. Diakses tanggal 29 November 2018. Pukul 11.35 WIB.

<sup>5</sup><https://www.syariahamandiri.co.id/layanan-nasabah/jaringan>. Diakses tanggal 29 November 2018. Pukul 12.35.

terletak di Kecamatan Depok yang memiliki jumlah penduduk terbanyak sebesar 109.092 Jiwa dengan kepadatan terbesar juga sebanyak 3,069 Km<sup>2</sup>.<sup>6</sup>

Pada tahun 2018 ini Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang memiliki 9.400 nasabah tabungan. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan dengan tahun 2017 yang hanya 8.000 nasabah tabungan. *Branch Operation & Service Manager*, Arif Triyono Supriadi menyatakan bahwa penyebab dari peningkatan jumlah nasabah tabungan tersebut dikarenakan dua faktor, yaitu karena masyarakat yang mayoritas muslim sehingga banyak orang yang ingin memindahkan dananya di perbankan syariah dan karena mereka membutuhkan rekening alternatif untukantisipasi apabila terjadi *trouble* di salah satu rekening mereka. Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang juga memiliki ciri khas jika dibandingkan dengan bank syariah lain. Ciri khasnya adalah berupa pelayanan terbaik yang selalu membuat Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang tumbuh berkembang.<sup>7</sup>

Dari peningkatan jumlah nasabah tabungan yang terjadi dan karena faktor penyebab peningkatan jumlah nasabah beserta ciri khas yang sudah dipaparkan oleh bapak Arif Triyono Supriadi, maka peneliti ingin menggunakan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang untuk dijadikan objek penelitian. Peneliti ingin mencari tahu apakah strategi *marketing mix* dan *syariah compliance* yang diterapkan di bank syariah

---

<sup>6</sup><http://www.slemankab.go.id/profil-kabupaten-sleman/geografi/letak-dan-luas-wilayah>.

Diakses tanggal 29 November 2018. Pukul 13.05 WIB.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Arif Triyono Supriadi, *Branch Operation & Service Manager*, Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang, Jumat 21 Desember 2018.

tersebut dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah tabungan atau tidak. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *SYARIAH COMPLIANCE* TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)**”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *product* terhadap keputusan menjadi nasabah?
2. Bagaimana pengaruh *price* terhadap keputusan menjadi nasabah?
3. Bagaimana pengaruh *place* terhadap keputusan menjadi nasabah?
4. Bagaimana pengaruh *promotion* terhadap keputusan menjadi nasabah?
5. Bagaimana pengaruh *process* terhadap keputusan menjadi nasabah?
6. Bagaimana pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan menjadi nasabah?
7. Bagaimana pengaruh *people* terhadap keputusan menjadi nasabah?
8. Bagaimana pengaruh *syariah compliance* terhadap keputusan menjadi nasabah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pengaruh *product* terhadap keputusan menjadi nasabah.
2. Untuk menjelaskan pengaruh *price* terhadap keputusan menjadi nasabah.
3. Untuk menjelaskan pengaruh *place* terhadap keputusan menjadi nasabah.
4. Untuk menjelaskan pengaruh *promotion* terhadap keputusan menjadi nasabah.
5. Untuk menjelaskan pengaruh *process* terhadap keputusan menjadi nasabah.
6. Untuk menjelaskan pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan menjadi nasabah.
7. Untuk menjelaskan pengaruh *people* terhadap keputusan menjadi nasabah.
8. Untuk menjelaskan pengaruh *syariah compliance* terhadap keputusan menjadi nasabah.

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

Manfaat dari penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap dari penelitian ini bisa memperbaiki teori yang sudah ada, memperkuat penelitian sebelumnya yang menggunakan teori perilaku konsumen, model perilaku konsumen, *marketing mix*, dan *syariah compliance*. Serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang *marketing*.

## 2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap dari penelitian ini bisa digunakan oleh manajer pemasaran sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan dan membenahi strategi pemasaran yang sudah ada.

## 3. Kontribusi Kebijakan

Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan kepada perbankan syariah dalam rangka menentukan strategi yang tepat agar meningkatkan jumlah nasabah yang memutuskan untuk menjadi nasabah bank syariah.

## E. Sistematika Pembahasan

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

**BAB I PENDAHULUAN** yang berisi penjelasan yang bersifat umum, yaitu mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian beserta sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI** yang terdiri dari landasan teori tentang variabel-variabel yang diteliti, telaah pustaka, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

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

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

**BAB V PENUTUP** yang di dalamnya berisikan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Product* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.
2. *Price* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.
3. *Place* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.
4. *Promotion* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.
5. *Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Artinya semakin baik dan memuaskannya proses yang diberikan di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang akan semakin meningkatkan keputusan untuk menjadi nasabah.
6. *Physical Evidence* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.
7. *People* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

8. *Syariah Compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Artinya semakin patuh Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang terhadap prinsip syariah, maka akan semakin meningkatkan keputusan untuk menjadi nasabah.

## B. Saran

1. Untuk Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang

Dengan memahami hasil penelitian yang menunjukkan 71,9% keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dapat dijelaskan oleh *marketing mix* dan *syariah compliance*. Disarankan kepada pihak bank agar menggunakan strategi *marketing mix* dan melaksanakan *syariah compliance* untuk meningkatkan keputusan menjadi nasabah. Dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa hanya variabel *process* dan *syariah compliance* yang berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Sedangkan enam variabel independen lain (*product, price, place, promotion, physical evidence, people*) tidak berpengaruh. Padahal sebanyak 71,9% keputusan menjadi nasabah dijelaskan oleh *marketing mix* dan *syariah compliance*. Maka dari itu, beberapa saran peneliti berikan kepada pihak bank yang antara lain:

- a. Menciptakan ciri khas dalam produk (*product*) agar produk Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta lebih berbeda dari produk bank syariah lain sehingga dapat membuat calon nasabah merasa tertarik.
- b. Menentukan biaya (*price*) yang sesuai dengan harapan calon nasabah karena biasanya calon nasabah menginginkan biaya yang murah. Biaya

yang dibebankan tersebut harus memiliki ciri khas yang membuatnya berbeda dengan bank syariah lain. Selain itu, sebaiknya Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sesekali memberikan diskon kepada calon nasabah agar mereka merasa tertarik untuk menjadi nasabah.

- c. Membuat lokasi (*place*) Bank menjadi lebih nyaman lagi dengan cara memperluas tempat parkir agar nasabah yang menggunakan mobil bisa parkir dengan mudah, menugaskan seseorang untuk membantu nasabah menyebrang ke Bank karena memang di depan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang merupakan jalan raya yang sering macet, dan membangun ATM di banyak tempat agar nasabah mudah dalam menarik uang.
- d. Menggencarkan promosi (*promotion*) melalui promosi penjualan (*sales promotion*) dan publisitas agar tujuan dari promosi dapat tercapai dengan maksimal. Dengan menggunakan promosi penjualan di mana pihak bank memberikan hadiah atau potongan harga kepada calon nasabah akan membuat calon nasabah lebih tertarik untuk menjadi nasabah. Selain itu, jika bank menggunakan sarana publisitas melalui kegiatan *sponsorship*, maka nantinya bank tersebut akan mudah dikenali oleh banyak masyarakat dan akan mendapatkan kesan positif dari masyarakat.
- e. Meningkatkan kualitas dari bukti fisik (*physical evidence*) yang dimiliki oleh pihak bank. Dengan meningkatkan kualitas dari bukti fisik diharapkan pihak bank dapat memiliki ciri khas yang membuat

bukti fisik Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang berbeda dengan bank syariah lain sehingga calon nasabah menjadi lebih tertarik untuk menjadi nasabah. Salah satu contoh peningkatan kualitas bukti fisik, yaitu penyediaan air mineral di dalam gedung bank untuk para pengunjung bank.

- f. Meningkatkan kualitas karyawan (*people*) agar karyawan Bank Syariah Mandiri memiliki daya tarik yang lebih daripada bank syariah lain. Salah satu cara peningkatan kualitas karyawan, yaitu dengan cara menunjukkan sikap bersahabat kepada para calon nasabah. Sehingga ketika calon nasabah merasa bersahabat dengan karyawan bank maka dia akan semakin nyaman dan semakin yakin untuk menjadi nasabah di bank syariah tersebut.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan dalam melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang, khususnya tentang pengaruh *marketing mix* dan *syariah compliance* terhadap keputusan menjadi nasabah. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel karena memang hasil penelitian menunjukkan 28,1% dijelaskan oleh faktor lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Naufal Nurul. 2017. *Pengaruh Pelayanan, Kepercayaan, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung di BMT Hubbul Wathon*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alwisol. 2006. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Ar-Rifa'I, Muhammad Nasib. 2011. *Kemudahan Dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Gema Insani.
- Arikunto, Suharsimi. 1991. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2003. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Bank Indonesia. Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/ 2/ PBI/ 2011 tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 6, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonyesia Nomor 5187.
- Bilson S. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ciptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset.

- Ciptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Ciptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia Publishing.
- Faisal. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syariah*. Jurnal Penelitian. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhamadiyah Yogyakarta.
- Fajri, Detha Alfrian, Zainul Arifin dan Wilopo. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6, No.2. Hlm. 1-10.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFPE.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasanah, Khafiatul. 2016. *Pengaruh Karakteristik Marketing Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol. 3, No.1.
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Agustus-2018.aspx>.
- diakses tanggal 16 Oktober 2018. pukul 13.57 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/company-report/laporan-keuangan/laporan-bulanan#>. Diakses tanggal 29 November 2018. Pukul 09.45 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/penghargaan>. Diakses tanggal 29 November 2018. Pukul 11.35 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/layanan-nasabah/jaringan>. Diakses tanggal 29 November 2018. Pukul 12.35.

<http://www.slemankab.go.id/profil-kabupaten-sleman/geografi/letak-dan-luas-wilayah>. Diakses tanggal 29 November 2018. Pukul 13.05 WIB.

<http://business-law.binus.ac.id/2018/07/03/perkembangan-lembaga-perbankan-dan-keuangan-syariah-di-indonesia/>. Diakses tanggal 29 Desember 2018. Pukul 12.15 WIB.

Ikatan Bankir Indonesia. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah: Modul Sertifikasi General Banking Syariah III*. Jakarta: Gramedia.

Institut Bankir Indonesia. 2003. *Bank Syariah: Konsep, Produk, dan Implementasi Operasional*. Jakarta: Djambatan.

Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPF.

Istiqomah, Yusuffia Nur Azizah. 2016. *Pengaruh Marketing Mix (Produk, Harga, Tempat, Promosi) dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan BSM (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kasmir. 2004. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

Kasmir. 2007. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank: Edisi Revisi Cetakan ke-3*. Jakarta: Kencana.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga.

Mudin P. 2018. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Mursid, M. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Rahayu, Fatik. 2017. *Peran Customer Involvement Dan Corporate Image Dalam Hubungan E-Wom Dengan Purchase Intention*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Tahun 10, No. 1. Hlm. 51-69.

- Rahman, Abdul dan Rizki Yudhi Dewantara. 2017. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli "Z")*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 52, No.1. Hlm. 1-7.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti H. Aska. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008, No. 94.
- Sam, Ichwan, dkk. 2014. *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah: Dewan Syariah Nasional MUI*. Jakarta: Erlangga.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Santoso, Singih. 2011. *Mastering SPSS Versi 19*. Jakarta: Gramedia.
- Stanton, William J. 1984. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabet.

- Sujarweni, V. Wiratna dan Poly Endrayanto. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suprayitno, Eko. 2008. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press.
- Suryantini, Rini. 2001. *Sign and Signage System*. Skripsi. Arsitektur FTUI.
- Tajudin, Makhdaleva Hanura dan Ade Sofyan Mulazid. 2017. *Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP*. Sawangan Kota Depok. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 8, No.1. Hlm.19-46.
- Wangawijaja. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia.
- Wawancara dengan Arif Triyono Supriadi, *Branch Operation & Service Manager*, Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang, Jumat 21 Desember 2018.
- Wardayati, Siti Maria. 2011. *Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank syariah*. *Jurnal Walisongo*. Vol. 19, No. 1. Hlm. 11-12.
- Wijaya, Evelyn dan Puspa Marantika Ariyanti. 2018. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A. Yani Pekanbaru*. *Journal of Economic, Business and Accounting*. Vol. 1, No. 2. Hlm. 283-296.
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Zamroni dan Wahibur Rokhman. 2016. *Pengaruh Marketing Mix dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus*. Jurnal Ekonomi Syariah. Vol. 4, No. 1. Hlm. 97-113.

Zeithaml, Valarie A, Mary Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler. 2006. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: McGraw Hill.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yth.

Bapak/Ibu/Sdr./Sdri.

Di Tempat,

Dengan Hormat,

Dengan ini saya:

Nama : Celya Candra Dewi

NIM : 15820187

Status : Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul skripsi “**Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)**”.

Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti mengharap bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan penilaian secara objektif. Data yang anda isikan ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata. Atas bantuan dan partisipasinya peneliti mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Peneliti,

**Celya Candra Dewi**

## **PETUNJUK PENGISIAN:**

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

### **A. BIODATA RESPONDEN**

Nama : .....

Alamat : .....

Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

Agama : a. Islam b. Non-Islam

Status : a. Menikah b. Belum Menikah

Usia : a. < 20 tahun d. 31 – 35 tahun

b. 20 – 25 tahun e. 36 – 40 tahun

c. 26 – 30 tahun f. > 40 tahun

Pendidikan Terakhir : a. SD/Sederajat d. Akademi/Diploma

b. SLTP/Sederajat e. Sarjana S1

c. SMU/Sederajat f. Sarjana S2/S3

Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa d. Wiraswasta

b. Karyawan Swasta e. Ibu Rumah Tangga

c. PNS/TNI/Polisi f. Lainnya .....

Pendapatan/bulan : a. < Rp. 1.000.000,-

b. Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,-

c. Rp. 3.000.001,- s/d Rp. 5.000.000,-

d. > Rp. 5.000.000,-

## PETUNJUK PENGISIAN

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

### Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

N : Netral

### Variabel *Product* (X1)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Produk Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang memiliki fitur yang lengkap.					
2	Produk Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang berkualitas dan sesuai syariat islam.					
3	Produk Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang yang ditawarkan sangat beragam.					
4	Produk Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sesuai kebutuhan dan memberikan kemudahan.					

### Variabel *Price* (X2)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Biaya administrasi produk Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat murah.					
2	Biaya yang dibebankan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang terhindar dari unsur riba.					
3	Biaya yang dibebankan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang lebih murah dari pada bank syariah lain.					
4	Nisbah bagi hasil di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menguntungkan.					

5	Ketentuan saldo minimum pada produk Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat terjangkau.					
6	Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sering memberikan diskon.					

### Variabel *Place* (X3)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Lokasi Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat strategis.					
2	Lokasi Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang mudah dijangkau.					
3	Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang aman dan nyaman.					
4	ATM Bank Syariah Mandiri berada di banyak tempat.					

### Variabel *Promotion* (X4)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pegawai Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dalam menjelaskan produk dapat meningkatkan minat saya untuk menjadi nasabah.					
2	Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menggunakan brosur yang menarik dan informatif untuk promosi.					
3	Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang melakukan promosi penjualan dengan cara memberikan hadiah atau potongan harga.					
4	Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menggunakan sarana promosi publisitas melalui kegiatan <i>sponsorship</i> .					

**Variabel Process (X5)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Proses yang diberikan di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat andal dan tepat.					
2	Prosedur di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat sederhana sehingga proses pelayanan menjadi cepat.					
3	Proses penyelesaian keluhan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat cepat.					
4	Proses pelayanan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang memiliki keterlibatan nasabah yang tinggi.					
5	Proses pelayanan yang melibatkan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang bisa membuat nasabah merasa nyaman.					

**Variabel Physical Evidence (X6)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Ruang tunggu Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat nyaman dan menarik.					
2	Fasilitas yang ada di dalam ruangan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat memadai.					
3	Penempatan papan nama dan logo Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang mudah dikenali.					
4	Seragam karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sopan dan rapi.					
5	Tingkat keamanan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat tinggi.					

**Variabel People (X7)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden
----	------------	---------------------

		STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang memiliki kemampuan dalam memberikan layanan secara cepat.					
2	Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang memiliki kemampuan dalam menjelaskan kepada nasabah.					
3	Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang memberikan pelayanan dengan ramah.					
4	Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang perhatian terhadap semua keluhan nasabah.					

### **Variabel Syariah Compliance (X8)**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Tidak ada unsur riba dalam semua produk dan transaksi di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.					
2	Tidak mengandung gharar (ketidakjelasan) dalam semua produk dan transaksi di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.					
3	Tidak ada unsur maisir (ketidakpastian) dalam semua produk dan transaksi di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.					
4	Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal.					
5	Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah.					
6	Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang mengelola zakat, infak, dan shodaqoh sesuai dengan ketentuan syariah.					

### Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang karena <i>product</i> (produk) menarik.					
2	Saya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang karena <i>price</i> (harga) produknya menguntungkan.					
3	Saya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang karena <i>place</i> (lokasi) yang strategis.					
4	Saya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang karena <i>promotion</i> (promosi) menarik.					
5	Saya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang karena <i>process</i> (proses) pelayanannya yang memuaskan.					
6	Saya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang karena bank tersebut memiliki <i>physical evidence</i> (bukti fisik).					
7	Saya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang karena karyawannya ( <i>people</i> ) yang ramah dan memiliki kemampuan dalam melayani nasabah.					
8	Saya menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang karena sudah sesuai dengan prinsip syariah ( <i>syariah compliance</i> ).					

## Lampiran 2 Data Responden

No	Jenis Kelamin	Agama	Status	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan/ bulan
1	Perempuan	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
2	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Ibu Rumah Tangga	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
3	Laki-laki	Islam	Menikah	31 - 35 tahun	SMU/ Sederajat	Karyawan Swasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
4	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
5	Laki-laki	Non-Islam	Menikah	> 40 tahun	SD/ Sederajat	Lainnya	< Rp 1.000.000,-
6	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	SMU/ Sederajat	Lainnya	< Rp 1.000.000,-
7	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Akademi/ Diploma	Ibu Rumah Tangga	> Rp 5.000.000,-
8	Perempuan	Islam	Menikah	20 - 25 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
9	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
10	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	Akademi/ Diploma	Wiraswasta	> Rp 5.000.000,-
11	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	SMU/ Sederajat	Wiraswasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
12	Perempuan	Islam	Belum Menikah	< 20 tahun	SMU/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
13	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	Akademi/ Diploma	Wiraswasta	> Rp 5.000.000,-
14	Laki-laki	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
15	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	Sarjana S1	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
16	Laki-laki	Non-Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
17	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Lainnya	> Rp 5.000.000,-
18	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Akademi/ Diploma	PNS/ TNI/ Polisi	> Rp 5.000.000,-
19	Laki-laki	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
20	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Wiraswasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
21	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	SMU/ Sederajat	Wiraswasta	> Rp 5.000.000,-

22	Perempuan	Islam	Menikah	31 - 35 tahun	Sarjana S1	Ibu Rumah Tangga	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
23	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
24	Perempuan	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
25	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Ibu Rumah Tangga	> Rp 5.000.000,-
26	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	SMU/ Sederajat	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
27	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	< 20 tahun	SMU/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
28	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Wiraswasta	> Rp 5.000.000,-
29	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	SMU/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
30	Perempuan	Islam	Menikah	31 - 35 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
31	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	PNS/ TNI/ Polisi	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
32	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	31 - 35 tahun	SMU/ Sederajat	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
33	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	< 20 tahun	Sarjana S1	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
34	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	Sarjana S1	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
35	Perempuan	Islam	Belum Menikah	< 20 tahun	Sarjana S1	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
36	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	26 - 30 tahun	SMU/ Sederajat	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
37	Laki-laki	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S2/ S3	Wiraswasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
38	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	SMU/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000,-
39	Perempuan	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S1	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
40	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	< 20 tahun	SMU/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
41	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	< 20 tahun	SMU/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
42	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	< Rp 1.000.000,-
43	Laki-laki	Islam	Menikah	31 - 35 tahun	SMU/ Sederajat	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
44	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Wiraswasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
45	Laki-laki	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Sarjana S1	Wiraswasta	> Rp 5.000.000,-
46	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S2/ S3	PNS/ TNI/ Polisi	> Rp 5.000.000,-

47	Laki-laki	Islam	Menikah	31 - 35 tahun	Sarjana S2/ S3	Karyawan Swasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
48	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	SMU/ Sederajat	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
49	Perempuan	Islam	Belum Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S1	Lainnya	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
50	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	Sarjana S1	Lainnya	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
51	Perempuan	Islam	Menikah	31 - 35 tahun	SMU/ Sederajat	Lainnya	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
52	Perempuan	Islam	Belum Menikah	< 20 tahun	SMU/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000,-
53	Perempuan	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Akademi/ Diploma	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
54	Perempuan	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S2/ S3	Lainnya	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
55	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	SMU/ Sederajat	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
56	Perempuan	Islam	Menikah	31 - 35 tahun	Sarjana S1	Ibu Rumah Tangga	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
57	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	> Rp 5.000.000,-
58	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
59	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
60	Laki-laki	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Sarjana S2/ S3	Lainnya	> Rp 5.000.000,-
61	Laki-laki	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S1	Lainnya	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
62	Laki-laki	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	SLTP/ Sederajat	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
63	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Wiraswasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
64	Laki-laki	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	> Rp 5.000.000,-
65	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Ibu Rumah Tangga	> Rp 5.000.000,-
66	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Wiraswasta	< Rp 1.000.000,-
67	Perempuan	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Sarjana S1	Ibu Rumah Tangga	> Rp 5.000.000,-
68	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	SMU/ Sederajat	Wiraswasta	> Rp 5.000.000,-
69	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Akademi/ Diploma	Wiraswasta	> Rp 5.000.000,-
70	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Lainnya	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
71	Perempuan	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	< Rp 1.000.000,-

72	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	SD/ Sederajat	Lainnya	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
73	Perempuan	Islam	Belum Menikah	< 20 tahun	SMU/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
74	Laki-laki	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
75	Perempuan	Islam	Menikah	31 - 35 tahun	Sarjana S2/ S3	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
76	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Lainnya	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
77	Perempuan	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Sarjana S1	Ibu Rumah Tangga	< Rp 1.000.000,-
78	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	< 20 tahun	SMU/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000,-
79	Laki-laki	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Sarjana S2/ S3	PNS/ TNI/ Polisi	> Rp 5.000.000,-
80	Perempuan	Islam	Menikah	31 - 35 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
81	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	Akademi/ Diploma	Lainnya	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
82	Laki-laki	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S2/ S3	Karyawan Swasta	> Rp 5.000.000,-
83	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
84	Perempuan	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Akademi/ Diploma	Ibu Rumah Tangga	> Rp 5.000.000,-
85	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Lainnya	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
86	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Ibu Rumah Tangga	> Rp 5.000.000,-
87	Perempuan	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
88	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S2/ S3	Wiraswasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
89	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	31 - 35 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
90	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	SLTP/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp 1.000.000,-
91	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Lainnya	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
92	Perempuan	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
93	Perempuan	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	Sarjana S1	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000,-
94	Perempuan	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	SMU/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp 1.000.000,-
95	Perempuan	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Akademi/ Diploma	Karyawan Swasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
96	Laki-laki	Islam	Belum Menikah	20 - 25 tahun	Akademi/ Diploma	Lainnya	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-

97	Laki-laki	Islam	Menikah	> 40 tahun	Sarjana S1	Lainnya	> Rp 5.000.000,-
98	Perempuan	Islam	Menikah	26 - 30 tahun	Sarjana S1	Wiraswasta	Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
99	Laki-laki	Islam	Menikah	36 - 40 tahun	Sarjana S1	Lainnya	< Rp 1.000.000,-





31	4	4	5	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	4	19	4.8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	24	4.8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5					
32	4	4	5	3	14	3.5	4	4	3	3	4	21	3.5	4	4	4	3	15	3.8	4	3	3	3	13	3.3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	4	3	18	3.6	3	3	4	3	13	3.3	3	3	3	3	4	19	3.2	3	3	3	3	3	3	4	4	26	3.3			
33	5	3	5	4	15	3.8	4	3	3	3	3	2	18	3	4	4	4	2	14	3.5	3	4	3	2	12	3	3	4	3	3	16	3.2	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	15	3.8	3	4	3	3	3	19	3.2	2	2	3	3	4	3	4	3	24	3			
34	4	4	5	5	17	4.3	4	3	4	4	5	3	23	3.8	5	5	5	3	18	4.5	4	4	4	3	15	3.8	5	5	4	4	5	23	4.6	4	5	5	5	24	4.8	4	4	5	4	17	4.3	3	4	4	4	5	25	4.2	4	4	4	4	5	5	5	35	4.4			
35	4	4	5	5	17	4.3	4	3	4	4	5	3	23	3.8	5	5	5	3	18	4.5	4	4	4	3	15	3.8	5	5	4	4	5	23	4.6	4	5	5	5	24	4.8	4	4	5	4	17	4.3	3	4	4	4	5	25	4.2	4	4	4	4	5	5	5	35	4.4			
36	4	3	5	3	14	3.5	5	5	4	4	5	3	26	4.3	5	5	5	2	17	4.3	2	2	3	4	11	2.8	3	4	4	4	19	3.8	4	4	2	3	4	17	3.4	4	3	4	4	15	3.8	3	3	4	4	4	21	3.5	4	3	4	3	4	4	4	29	3.6			
37	4	4	5	4	16	4	3	4	3	4	3	3	20	3.3	4	5	4	4	17	4.3	4	4	3	3	14	3.5	4	4	3	4	19	3.8	4	4	4	3	19	3.8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	3	4	4	4	30	3.8					
38	4	4	5	4	16	4	4	5	4	4	4	3	24	4	4	4	4	16	4	4	4	3	3	14	3.5	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	4	31	3.9		
39	4	4	5	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	3	2	11	2.8	4	3	4	2	13	3.3	3	3	3	4	4	17	3.4	4	4	4	3	19	3.8	4	4	3	4	15	3.8	1	2	2	3	3	14	2.3	2	2	4	3	4	3	4	4	26	3.3			
40	3	4	5	4	15	3.8	3	4	3	3	5	3	21	3.5	4	5	4	3	16	4	4	3	3	4	14	3.5	4	4	5	4	4	21	4.2	4	4	5	5	4	22	4.4	3	4	4	4	15	3.8	4	5	5	4	5	4	27	4.5	3	4	3	3	4	4	4	28	3.5	
41	5	5	5	4	18	4.5	4	4	3	4	4	3	22	3.7	2	2	5	4	13	3.3	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	22	4.4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	3	4	3	4	5	29	3.6					
42	4	4	5	4	15	3.8	3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	4	2	14	3.5	3	3	2	2	10	2.5	3	5	3	4	4	19	3.8	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	4	3	19	3.2	4	3	3	3	4	4	4	3	28	3.5		
43	4	5	5	4	18	4.5	5	5	4	5	5	3	27	4.5	5	5	5	5	20	5	4	4	3	5	16	4	4	5	4	5	23	4.6	5	4	5	5	24	4.8	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	5	28	4.7	3	3	4	4	5	4	5	5	33	4.1			
44	4	3	5	4	15	3.8	3	3	3	3	4	3	19	3.2	5	5	5	5	20	5	4	4	3	3	14	3.5	4	4	4	3	4	19	3.8	4	4	4	5	4	21	4.2	3	4	5	5	17	4.3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	4	3	4	3	26	3.3		
45	4	3	5	4	15	3.8	3	3	3	3	4	3	19	3.2	3	4	4	3	14	3.5	4	4	3	3	14	3.5	4	3	3	3	4	17	3.4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	14	3.5	3	3	3	4	4	21	3.5	4	3	3	3	4	4	4	3	28	3.5		
46	5	4	5	4	17	4.3	4	5	4	4	4	4	25	4.2	5	5	5	4	19	4.8	4	4	4	3	15	3.8	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	21	4.2	4	4	4	4	16	4	5	5	5	4	4	27	4.5	4	4	4	4	4	4	4	32	4			
47	4	4	5	4	16	4	4	3	4	3	4	3	21	3.5	4	4	4	2	14	3.5	4	3	3	3	13	3.3	4	4	3	4	4	19	3.8	4	3	4	4	4	19	3.8	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	4	3	19	3.2	3	3	3	3	4	3	4	3	26	3.3
48	3	4	5	4	15	3.8	4	4	3	4	4	3	22	3.7	4	4	4	3	15	3.8	4	4	3	3	14	3.5	4	4	3	3	4	18	3.6	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4					
49	4	4	5	4	16	4	4	4	3	3	4	3	21	3.5	4	4	4	4	16	4	3	4	3	3	13	3.3	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	3.8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	3	4	4	4	30	3.8					
50	3	4	5	4	15	3.8	3	4	2	3	3	2	17	2.8	4	4	4	3	15	3.8	4	3	2	2	11	2.8	4	2	3	3	3	15	3	4	3	3	4	3	17	3.4	2	3	4	4	13	3.3	4	4	4	3	3	21	3.5	3	3	4	2	2	3	4	4	25	3.1	
51	5	5	5	4	19	4.8	4	4	4	4	4	5	25	4.2	5	5	5	4	19	4.8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	4	33	4.1								
52	4	4	5	4	16	4	3	3	3	3	3	3	18	3	5	5	5	4	19	4.8	3	3	3	3	12	3	4	3	3	3	16	3.2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	3	18	3	3	3	4	3	3	5	4	28	3.5				
53	4	5	5	4	17	4.3	5	5	5	5	5	3	28	4.7	5	5	5	5	20	5	4	4	3	3	14	3.5	4	5	5	5	24	4.8	5	5	5	5	25	5	4	4	4	16	4	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5					
54	3	4	5	5	16	4	4	4	4	4	5	3	24	4	5	5	5	5	20	5	3	3	3	3	12	3	4	4	4	4	21	4.2	3	3	4	4	4	18	3.6	5	5	5	5	20	5	3	3	3	4	4	21	3.5	3	4	3	4	4	4	5	32	4			
55	4	4	5	4	16	4	4	4	4	4	3	23	3.8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	5	5	4	5	5	28	4.7	3	4	4	4	4	4	4	31	3.9						
56	4	4	5	4	16	4	4	3	4	3	4	3	21	3.5	4	4	4	2	14	3.5	3	3	4	3	13	3.3	4	4	4	4	20	4	2	2	3	4	4	15	3	4	4	4	16	4	3	4	4	4	23	3.8	4	3	3	4	4	4	4	30	3.8					
57	4	4	5	5	17	4.3	3	4	4	3	3	4	21	3.5	4	4	4	4	16	4	5	5	5	3	18	4.5	4	4	3	4	19	3.8	3	4	4	4	5	20	4	3	4	4	15	3.8	3	4	5	4	3	5	24	4	4	4	3	4	3	4	4	30	3.8			
58	4	4	5	4	16	4	4	3	3	4	4	3	21	3.5	4	4	4	3	15	3.8	4	4	3	3	14	3.5	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	3	4	4	21	3.5	4	4	4	4	4	4	4	32	4					
59	4	4	5	4	15	3.8	5	3	3	3	4	2	20	3.3	5	5	5	2	17	4.3	3	4	2	3	12	3	4	4	3	4	19	3.8	4	4	4	3	19	3.8	4	4	5	3	16	4	3	4	4	4	23	3.8	2	2	2	4	4	5	5	28	3.5					
60	4	3	5	4	15	3.8	3	4	3	3	4	3	20	3.3	4	4	4	3	15	3.8	4	3	3	3	13	3.3	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	5	22	4.4	4	4	5	5	18	4.5	4	4	4	4	4	24	4	4	3	2	2	4	4	4	27	3.4			
61	4	4	5	4	16	4	4	3	4	3	4	3	21	3.5	4	4	4	2	14	3.5	4	4	3	3	14	3.5	4	4	3	4	19	3.8	4	2	2	4	3	15	3	4	4	4	16	4	3	4	4	3	4	22	3.7	3	3	3	3	4	4	4	28	3.5				
62	4	4	5	4	15	3.8	4	4	3	3	3	3	20																																																			

63	5	5	5	4	18	4.5	3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	4	5	17	4.3	5	5	4	4	18	4.5	4	4	4	3	4	19	3.8	4	2	4	4	4	18	3.6	4	4	4	4	16	4	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	4	4	4	5	33	4.1		
64	4	4	5	4	15	3.8	3	3	3	3	4	2	18	3	4	4	4	2	14	3.5	4	4	2	3	13	3.3	4	4	4	4	4	20	4	3	2	4	4	4	17	3.4	4	4	4	4	16	4	3	4	4	3	4	3	21	3.5	4	4	4	3	4	4	4	4	31	3.9
65	4	4	5	4	15	3.8	3	4	3	4	4	3	21	3.5	4	4	4	2	14	3.5	4	4	3	3	14	3.5	3	4	4	4	4	19	3.8	4	3	3	4	4	18	3.6	4	4	4	4	16	4	4	4	3	5	4	4	24	4	3	3	3	3	4	4	4	5	29	3.6
66	5	5	5	5	20	5	3	3	3	3	3	3	18	3	5	5	5	3	18	4.5	5	5	3	3	16	4	3	3	3	3	15	3	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	3	3	3	3	5	5	22	3.7	3	3	5	3	5	5	5	5	3	32	4	
67	4	4	5	4	16	4	4	3	4	3	4	3	21	3.5	4	4	4	2	14	3.5	4	3	3	3	13	3.3	4	4	4	3	4	19	3.8	4	4	4	3	19	3.8	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	4	3	19	3.2	2	2	2	2	4	4	4	4	24	3	
68	4	4	5	4	16	4	5	4	4	5	4	4	26	4.3	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	18	4.5	4	4	4	4	5	21	4.2	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	5	27	4.5	3	3	4	4	4	4	4	4	30	3.8			
69	4	4	5	4	16	4	3	2	2	3	3	2	15	2.5	2	4	2	1	9	2.3	4	2	2	2	10	2.5	2	4	3	2	1	12	2.4	2	2	2	4	2	12	2.4	2	2	3	2	9	2.3	2	2	2	2	3	14	2.3	2	2	2	2	4	2	3	19	2.4		
70	4	3	5	4	15	3.8	4	3	3	4	4	3	21	3.5	4	4	4	3	15	3.8	3	3	3	4	13	3.3	3	4	4	4	19	3.8	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	14	3.5	3	3	3	4	4	3	20	3.3	3	3	4	3	4	4	4	3	28	3.5		
71	4	3	5	4	15	3.8	4	3	4	3	3	3	20	3.3	4	4	4	2	14	3.5	4	4	3	3	14	3.5	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	3	18	3	4	3	4	3	4	4	4	4	30	3.8				
72	4	3	5	4	15	3.8	4	4	3	3	4	3	21	3.5	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	14	3.5	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	3	4	4	3	20	3.3	4	3	3	3	3	4	4	3	27	3.4			
73	4	4	5	3	14	3.5	3	5	3	3	5	3	22	3.7	4	5	5	4	18	4.5	4	3	3	3	13	3.3	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	3.8	3	5	5	4	17	4.3	4	3	3	3	3	19	3.2	3	3	4	3	3	3	4	4	27	3.4			
74	4	3	5	4	15	3.8	4	4	3	3	4	3	21	3.5	4	5	4	3	16	4	4	3	3	3	13	3.3	4	4	4	3	4	19	3.8	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	4	22	3.7	4	3	4	3	5	4	5	4	32	4			
75	4	4	5	5	17	4.3	4	5	3	3	4	3	22	3.7	5	5	5	4	19	4.8	4	4	3	4	15	3.8	4	4	4	3	4	19	3.8	4	3	4	5	4	20	4	5	5	5	20	5	5	5	5	4	4	28	4.7	4	4	4	3	5	4	4	3	31	3.9		
76	4	4	5	4	16	4	4	4	3	3	4	3	21	3.5	4	4	3	3	14	3.5	4	3	3	3	13	3.3	3	4	4	4	19	3.8	4	3	4	4	4	19	3.8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	3	23	3.8	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3.9		
77	4	3	5	4	15	3.8	3	4	3	3	5	3	21	3.5	4	4	4	2	14	3.5	4	4	2	3	13	3.3	3	4	4	3	4	18	3.6	4	4	3	4	4	19	3.8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	3	4	4	4	4	30	3.8	
78	4	4	5	5	17	4.3	5	5	3	3	3	3	22	3.7	2	4	4	3	13	3.3	4	3	3	3	13	3.3	4	3	3	4	17	3.4	4	4	4	4	3	19	3.8	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	4	3	19	3.2	3	3	3	3	3	3	4	4	26	3.3	
79	4	4	5	4	16	4	3	4	3	3	4	3	20	3.3	3	4	4	2	13	3.3	4	4	3	3	14	3.5	4	3	3	3	4	17	3.4	4	3	4	4	3	18	3.6	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	3	4	3	3	5	28	3.5	
80	4	4	5	4	15	3.8	3	4	3	3	4	3	20	3.3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	19	3.8	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	4	4	4	22	3.7	4	4	4	4	4	3	4	4	31	3.9				
81	4	4	5	4	16	4	4	4	4	4	3	23	3.8	4	4	4	3	15	3.8	4	3	2	2	11	2.8	3	3	3	3	4	16	3.2	3	3	2	3	4	15	3	3	3	4	14	3.5	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	3	3	3	4	4	27	3.4			
82	5	5	5	4	19	4.8	4	4	3	4	4	3	22	3.7	5	5	2	3	15	3.8	4	4	3	3	14	3.5	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	21	4.2	4	5	5	4	18	4.5	3	4	3	3	4	3	20	3.3	4	3	4	3	4	4	4	4	30	3.8	
83	4	4	5	4	15	3.8	2	2	3	3	4	3	17	2.8	5	5	5	5	20	5	4	4	3	3	14	3.5	4	4	2	4	4	18	3.6	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	4	4	3	4	3	21	3.5	4	3	4	3	4	4	4	4	30	3.8		
84	4	4	5	4	16	4	3	4	3	4	4	3	21	3.5	5	5	5	5	20	5	4	4	4	3	15	3.8	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	15	3.8	3	3	3	4	4	4	21	3.5	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3.9		
85	5	5	5	5	19	4.8	4	5	4	4	4	3	24	4	5	5	5	5	20	5	4	4	3	3	14	3.5	4	5	5	4	5	23	4.6	4	4	5	4	4	21	4.2	5	5	5	4	19	4.8	4	4	4	5	5	3	25	4.2	4	4	5	4	5	5	5	5	37	4.6
86	3	5	5	5	18	4.5	3	5	3	3	5	3	22	3.7	5	5	2	3	15	3.8	5	3	3	3	14	3.5	5	5	3	3	5	21	4.2	5	5	2	5	3	20	4	5	5	5	3	18	4.5	1	1	1	1	3	3	10	1.7	4	1	4	1	2	4	3	4	23	2.9
87	2	2	5	4	12	3	4	3	4	3	3	3	20	3.3	5	5	5	1	16	4	4	4	3	3	14	3.5	4	4	3	3	4	18	3.6	2	4	4	4	3	17	3.4	4	4	4	3	15	3.8	3	4	4	3	3	4	21	3.5	3	3	3	3	4	4	4	4	28	3.5
88	4	4	5	4	16	4	4	4	3	3	4	3	21	3.5	4	4	4	3	15	3.8	4	4	3	2	13	3.3	3	3	3	4	3	16	3.2	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	3	23	3.8	4	4	4	3	3	4	4	4	30	3.8			
89	4	4	5	3	14	3.5	1	3	1	2	3	1	11	1.8	4	4	4	1	13	3.3	2	3	1	1	7	1.8	3	3	4	3	4	17	3.4	4	4	4	5	4	21	4.2	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	3	18	3	2	2	3	1	3	5	4	5	25	3.1	
90	5	5	5	5	20	5	4	3	3	3	4	3	20	3.3	4	4	4	4	16	4	4	3	4	3	14	3.5	4	3	3	3	4	17	3.4	4	3	4	5	4	20	4	3	4	4	3	14	3.5	4	3	4	4	4	4	23	3.8	3	3	4	3	4	3	3	4	27	3.4
91	4	4	5	4	16	4	4	4	4	4	3	23	3.8	4	4	4	4	16	4	4	4	3	3	14	3.5	4	4	3	3	3	17	3.4	4	4	4	4	3	19	3.8	4	4	4	4	16	4	3	4	3	4	3	4	21	3.5	4	4	4	3	3	3	3	3	27	3.4	
92	4	4	5	4	16	4	4	5	4	4	5	3	25	4.2	4	4	5	3	16	4	4	4	3	3	14	3.5	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	4.2	4	4	5	4	17	4.3	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	3	4	4	4	5	33	4.1			
93	4	4	5	5	17	4.3	5	4	4	4	5	3	25	4.2	5	5	4	4	18																																													

95	4	4	5	5	18	4.5	4	4	4	4	3	23	3.8	4	4	4	3	15	3.8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	32	4				
96	4	5	5	5	18	4.5	4	5	4	4	5	4	26	4.3	5	5	5	4	19	4.8	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	4	21	4.2	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	40	5		
97	4	4	5	4	16	4	4	3	4	4	3	22	3.7	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3.8	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	23	3.8	4	4	4	4	4	4	4	32	4			
98	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	4	18	4.5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	18	4.5	5	5	5	5	4	5	29	4.8	5	5	5	5	5	5	5	40	5
99	3	3	5	4	14	3.5	4	4	3	4	3	22	3.7	2	2	3	2	9	2.3	4	4	3	3	14	3.5	4	4	4	4	20	4	3	3	2	4	4	16	3.2	3	4	4	4	15	3.8	3	3	3	4	4	21	3.5	3	3	3	3	4	4	27	3.4	



## Lampiran 4 Hasil Output SPSS Versi 24

### A. Statistik Deskriptif

#### Statistics

	Jenis Kelamin	Agama	Status	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan
N Valid	99	99	99	99	99	99	99
Missing	0	0	0	0	0	0	0

#### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	44	44.4	44.4	44.4
	Perempuan	55	55.6	55.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

#### Agama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	97	98.0	98.0	98.0
	Non-Islam	2	2.0	2.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

#### Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Menikah	27	27.3	27.3	27.3
	Menikah	72	72.7	72.7	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	9	9.1	9.1	9.1
	> 40 tahun	36	36.4	36.4	45.5
	20 - 25 tahun	14	14.1	14.1	59.6
	26 - 30 tahun	17	17.2	17.2	76.8
	31 - 35 tahun	11	11.1	11.1	87.9
	36 - 40 tahun	12	12.1	12.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

### Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Akademi/ Diploma	10	10.1	10.1	10.1
Sarjana S1	54	54.5	54.5	64.6
Sarjana S2/ S3	9	9.1	9.1	73.7
SD/ Sederajat	2	2.0	2.0	75.8
SLTP/ Sederajat	2	2.0	2.0	77.8
SMU/ Sederajat	22	22.2	22.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ibu Rumah Tangga	14	14.1	14.1	14.1
Karyawan Swasta	33	33.3	33.3	47.5
Lainnya	18	18.2	18.2	65.7
Pelajar/ Mahasiswa	15	15.2	15.2	80.8
PNS/ TNI/ Polisi	4	4.0	4.0	84.8
Wiraswasta	15	15.2	15.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

### Pendapatan Per Bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 1.000.000,-	13	13.1	13.1	13.1
> Rp 5.000.000,-	22	22.2	22.2	35.4
Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-	37	37.4	37.4	72.7
Rp 3.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-	27	27.3	27.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

### Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Product	99	8	12	20	1602	16.18	1.686	2.844
Price	99	17	11	28	2127	21.48	2.981	8.885
Place	99	11	9	20	1567	15.83	2.572	6.613
Promotion	99	13	7	20	1402	14.16	2.034	4.137
Process	99	13	12	25	1921	19.40	2.474	6.121

Physical Evidence	99	13	12	25	1969	19.89	2.603	6.773
People	99	11	9	20	1607	16.23	1.963	3.854
Syariah Compliance	99	20	10	30	2255	22.78	3.773	14.236
Keputusan Menjadi Nasabah	99	21	19	40	3001	30.31	4.055	16.442
Valid N (listwise)	99							

## B. Uji Validitas

### 1. Variabel *Product*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12.13	1.870	.459	.690
X1.2	12.18	1.558	.578	.618
X1.3	12.19	1.789	.491	.672
X1.4	12.04	1.774	.518	.657

### 2. Variabel *Price*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.78	5.930	.643	.770
X2.2	17.69	6.503	.470	.811
X2.3	18.12	5.822	.675	.762
X2.4	17.95	6.232	.696	.761
X2.5	17.46	6.843	.489	.803
X2.6	18.42	7.063	.520	.799

### 3. Variabel *Place*

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

X3.1	11.70	3.724	.706	.642
X3.2	11.59	4.225	.679	.674
X3.3	11.63	4.604	.524	.741
X3.4	12.58	3.471	.480	.806

#### 4. Variabel Promotion

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	10.20	2.734	.544	.693
X4.2	10.38	2.606	.509	.708
X4.3	10.94	2.180	.630	.637
X4.4	10.96	2.570	.500	.713

#### 5. Variabel Process

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	15.56	4.209	.612	.810
X5.2	15.51	4.110	.607	.812
X5.3	15.55	4.026	.612	.811
X5.4	15.67	3.959	.675	.793
X5.5	15.34	4.085	.686	.791

#### 6. Variabel Physical Evidence

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X6.1	15.94	4.466	.694	.799
X6.2	16.06	4.139	.689	.800
X6.3	15.97	4.173	.682	.802
X6.4	15.67	5.061	.639	.820
X6.5	15.92	4.687	.575	.830

#### 7. Variabel People

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X7.1	12.30	2.173	.618	.856
X7.2	12.17	2.164	.818	.762
X7.3	12.03	2.377	.724	.805
X7.4	12.19	2.381	.652	.831

## 8. Variabel Syariah Compliance

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X8.1	19.17	9.389	.801	.890
X8.2	19.03	9.601	.823	.886
X8.3	19.06	9.649	.817	.887
X8.4	18.98	9.979	.772	.894
X8.5	18.80	10.979	.652	.910
X8.6	18.85	10.763	.663	.908

## 9. Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	26.65	12.537	.654	.859
Y.2	26.86	11.837	.737	.849
Y.3	26.57	12.922	.613	.863
Y.4	26.92	11.769	.713	.853
Y.5	26.37	12.767	.677	.857
Y.6	26.35	13.353	.616	.863
Y.7	26.24	13.553	.603	.865
Y.8	26.23	13.752	.487	.875

## C. Uji Reliabilitas

### 1. Variabel Product

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.722	4

**2. Variabel Price**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	6

**3. Variabel Place**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	4

**4. Variabel Promotion**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	4

**5. Variabel Process**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	5

**6. Variabel Physical Evidence**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	5

**7. Variabel People**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	4

**8. Variabel Syariah Compliance**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	6

## 9. Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	8

## D. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.25755952
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.054
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### 2. Uji Multikolonieritas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.050	.300		.166	.869		
	Average_Product	-.042	.084	-.035	-.506	.614	.594	1.684
	Average_Price	.040	.073	.040	.549	.584	.555	1.803
	Average_Place	.079	.054	.101	1.479	.143	.619	1.615
	Average_Promotion	.125	.079	.125	1.587	.116	.459	2.178
	Average_Process	.197	.097	.193	2.026	.046	.317	3.156
	Average_Physical_Evidence	.148	.082	.152	1.813	.073	.409	2.442
	Average_People	.122	.087	.119	1.409	.162	.405	2.468

Average_Syariah_ Compliance	.305	.059	.379	5.201	.000	.541	1.847
--------------------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Average\_KMN

### 3. Uji Heteroskedastitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.224	.175		-1.280	.204
Average_Product	.049	.049	.131	1.010	.315
Average_Price	.009	.043	.027	.199	.843
Average_Place	.003	.031	.011	.085	.933
Average_Promotion	.003	.046	.008	.054	.957
Average_Process	.085	.057	.265	1.491	.139
Average_Physical_Evidence	.037	.048	.122	.782	.436
Average_People	-.059	.051	-.182	-1.157	.251
Average_Syariah_Compliance	-.017	.034	-.066	-.484	.630

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### E. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.050	.300		.166	.869
Average_Product	-.042	.084	-.035	-.506	.614
Average_Price	.040	.073	.040	.549	.584
Average_Place	.079	.054	.101	1.479	.143
Average_Promotion	.125	.079	.125	1.587	.116
Average_Process	.197	.097	.193	2.026	.046
Average_Physical_Evidence	.148	.082	.152	1.813	.073
Average_People	.122	.087	.119	1.409	.162
Average_Syariah_Compliance	.305	.059	.379	5.201	.000

a. Dependent Variable: Average\_KMN

## F. Uji Hipotesis

### 1. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.675	8	2.334	32.318	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6.501	90	.072		
	Total	25.176	98			

a. Dependent Variable: Average\_KMN

b. Predictors: (Constant), Average\_Syariah\_Compliance, Average\_Product, Average\_Place, Average\_Price, Average\_People, Average\_Promotion, Average\_Physical\_Evidence, Average\_Process

### 2. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.861 <sup>a</sup>	.742	.719	.26876	

a. Predictors: (Constant), Average\_Syariah\_Compliance, Average\_Product, Average\_Place, Average\_Price, Average\_People, Average\_Promotion, Average\_Physical\_Evidence, Average\_Process

### 3. Uji T (Uji Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.050	.300		.166	.869
	Average_Product	-.042	.084	-.035	-.506	.614
	Average_Price	.040	.073	.040	.549	.584
	Average_Place	.079	.054	.101	1.479	.143
	Average_Promotion	.125	.079	.125	1.587	.116
	Average_Process	.197	.097	.193	2.026	.046
	Average_Physical_Evidence	.148	.082	.152	1.813	.073
	Average_People	.122	.087	.119	1.409	.162
	Average_Syariah_Compliance	.305	.059	.379	5.201	.000

a. Dependent Variable: Average\_KMN



## Lampiran 6 Hasil Wawancara

Narasumber : Arif Triyono Supriadi  
Jabatan : Branch Operation & Service Manager  
Tempat : Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta Kaliurang  
Hari, Tanggal : Jumat, 21 Desember 2018  
Pukul : 14.00 WIB

1. Berapa jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang tahun 2018 ini ?

Jawaban: Untuk nasabah tabungan 9.400 akun dan nasabah pembiayaan 900 akun.

2. Apakah jumlahnya meningkat atau menurun dibandingkan dengan tahun lalu? Dan kira-kira apa penyebabnya?

Jawaban: Jumlahnya meningkat hampir 1.000 lebih, karena tahun 2017 hanya 8.000-an nasabah dan sekarang sudah bertambah menjadi 9.400-an nasabah. Target kami adalah mendapatkan minimal 5 nasabah dalam satu hari. Jika dihitung targetnya dalam setahun yaitu 52 minggu dikali 5 hari kerja kemudian dikali 5 nasabah dan hasilnya adalah 1.250 nasabah per tahun. Untuk tahun 2017 sendiri mendapatkan 1400 nasabah.

Penyebab dari peningkatan jumlah nasabah ada dua, yaitu:

- Karena masyarakat yang mayoritas muslim sehingga banyak orang yang ingin memindahkan dananya di perbankan syariah dan itu merupakan faktor yang paling utama.
- Karena membutuhkan rekening alternatif. Dan sekarang ini jarang ada orang yang mengandalkan satu tempat atau satu bank saja. Di era ini ketergantungan untuk teknologi sangatlah tinggi. Bayangkan apabila kita mau membayar tetapi tidak membawa uang tunai kemudian rekening kita bermasalah, maka dari itu kita harus mempunyai *second account* sebagai akun keduanya.

Untuk bagi hasil sendiri tidak banyak diinginkan oleh masyarakat muslim karena yang dicari adalah sisi syariahnya melalui produk yang menggunakan akad wadiah.

3. Apakah ciri khas Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dibandingkan dengan bank syariah lain?

Jawaban: Jika dibandingkan dengan semua bank syariah mandiri akan sama saja karena standarnya memang sama. Letak perbedaannya hanya dalam segi layanannya saja. Jika kita melihat di era sekarang dan membandingkan produk serta fitur produk dengan bank lain maka akan sama saja. Jadi kalau untuk era sekarang ini produk dan fitur bank sudah tidak terlalu berpengaruh. Karena sekarang yang menentukan adalah layanannya. Dan yang menarik disini adalah penyebab Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang selalu tumbuh itu adalah layanannya yang diberikan.

4. Apakah produk yang paling diminati oleh nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang?

Jawaban: Produk perbankan syariah terbagi menjadi dua jenis, yaitu produk pendanaan dan produk pembiayaan. Produk pendanaan yang paling unggul yaitu tabungan mudharabah. Akan tetapi, sekarang ini banyak orang yang tidak menginginkan bagi hasil dan itu hanya bisa diakomodir oleh tabungan wadiah. Sedangkan untuk produk pembiayaan yang menarik adalah gadai dan cicil emas. Karena produk gadai dan cicil emas hanya dimiliki oleh BSM saja. Gadai dan cicil emas BSM lebih murah sehingga banyak yang pindah dari pegadaian syariah ke BSM. Produk pembiayaan kedua yang diminati yaitu griya. Dan produk griya BSM sangat bisa bersaing. Dan yang menjadi pesaing utama BSM adalah BTN Syariah karena BTN Syariah merupakan pemain lama yang fokusnya di produk perumahan.

Narasumber : Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang

Tempat : Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang

Hari, Tanggal : Selasa, 18 Desember 2018 – Jumat, 21 Desember 2018

1. Bagaimana produk yang dimiliki Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang jika dilihat dari fitur, kualitas, lini produk, dan kesesuaiannya dalam memenuhi kebutuhan serta kemudahan yang diberikan terhadap keputusan anda dalam menjadi nasabah?

Jawaban:

- Produknya memiliki fitur yang lengkap. Namun, fitur lengkap tersebut sama seperti yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang lain maupun Bank Mandiri konvensional. Di zaman sekarang ini kebanyakan bank telah memberikan fitur produk yang lengkap sehingga sudah tidak bisa dijadikan sebagai nilai tambah lagi. Selain itu, produk bank syariah dan bank

konvensional sebenarnya hampir sama, yang membedakan adalah dari segi akadnya yang dilakukan di awal transaksi pada bank syariah.

- Produknya berkualitas dan sesuai dengan syariat Islam. Namun, hal tersebut juga dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri kantor cabang lain. Sehingga tidak bisa dijadikan nilai tambah bagi Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Maka dari itu, hal tersebut juga tidak menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah
  - Produknya sangat beragam. Namun, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang lain maupun Bank Mandiri konvensional juga memiliki produk yang beragam. Karena di zaman sekarang, kebanyakan bank telah menyediakan produk yang beragam agar para nasabah dapat leluasa untuk memilih sehingga keberagaman tersebut sudah tidak bisa dijadikan sebagai nilai tambah bagi Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.
  - Produknya sesuai kebutuhan dan memberikan kemudahan. Namun, di era sekarang, semua bank telah menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan memberikan kemudahan kepada nasabah. Bagi bank yang tidak dapat memenuhi hal tersebut akan bangkrut. Maka dari itu, hal tersebut sudah tidak bisa dijadikan sebagai nilai tambah bagi Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.
2. Bagaimana biaya di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang jika dilihat dari tingkat harga yang berupa biaya administrasi, ketentuan-ketentuan yang berupa biaya yang terhindar dari riba, nisbah bagi hasil menguntungkan, saldo minimum terjangkau, dan diskon terhadap keputusan anda dalam menjadi nasabah?

Jawaban:

- Biaya administrasi di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat murah. Namun, biaya administrasi yang dibebankan di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sama saja dengan biaya administrasi yang dibebankan di Bank Syariah Mandiri kantor cabang lain. Selain itu, saya tidak terlalu yakin jika biaya yang dibebankan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang lebih murah daripada bank syariah lain. Karena kenyataannya ada bank syariah lain yang lebih murah biayanya dibandingkan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Sehingga hal tersebut tidak dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan untuk menjadi nasabah.

- Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang membebaskan biaya yang terhindar dari unsur riba, memberikan nisbah bagi hasil yang menguntungkan, dan memberikan ketentuan saldo minimum yang sangat terjangkau. Namun, semua bank syariah selalu mengatakan bahwa produknya terhindar dari unsur riba. Sehingga sama saja antara Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dengan bank syariah lain. Selain itu, saya tidak menginginkan bagi hasil. Karena yang saya inginkan adalah manfaat yang diperoleh jika menjauhi riba. Sehingga saya lebih memilih menggunakan produk yang menggunakan akad wadiah. Dan saldo minimum yang terjangkau di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sama saja dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang lain. Bahkan ada bank konvensional yang saldo minimumnya lebih murah daripada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Sehingga hal tersebut tidak bisa dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah.
  - Saya tidak yakin bahwa Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sering memberikan diskon. Karena saya belum pernah mendapatkan diskon baik sebelum akan menjadi nasabah atau selama menjadi nasabah. Padahal saya sangat senang jika ada diskon. Akan tetapi, kenyataannya Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang belum bisa memberikan diskon seperti yang saya inginkan. Sehingga hal tersebut tidak dapat mempengaruhi keputusan dalam menjadi nasabah.
3. Bagaimana lokasi yang disediakan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang jika dilihat dari kestrategisan, kemudahan penjangkauan, keamanan dan kenyamanan, dan jumlah ATM terhadap keputusan anda dalam menjadi nasabah?

Jawaban:

- Lokasi bank sangat strategis karena dekat dengan pusat perbelanjaan, perumahan, jalan raya dan masyarakat sekitar juga ramah. Akan tetapi masih terdapat kekurangan karena tidak dekat dengan sekolah atau kampus.
- Lokasi mudah dijangkau, akan tetapi masih terdapat sedikit kekurangan, yaitu sering macetnya jalan raya yang ada di depan gedung Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sehingga membuat beberapa nasabah kesulitan untuk menyebarang.
- Tempat parkir kurang memadai sehingga nasabah yang menggunakan kendaraan beroda empat kesusahan untuk memarkir mobilnya.

- Tidak setuju jika ATM berada di banyak tempat karena kesulitan dalam menemukan ATM di pusat perbelanjaan dan di tempat-tempat umum lainnya.
4. Bagaimana promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang jika dilihat dari sarana promosi yang digunakan seperti penjualan pribadi, periklanan, promosi penjualan, dan publisitas terhadap keputusan anda dalam menjadi nasabah?

Jawaban:

- Pegawai Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang khususnya *customer service* sangat mampu dalam menjelaskan produk sehingga dapat meningkatkan minat menjadi nasabah. Akan tetapi, sarana promosi tersebut hanya dapat menjangkau calon nasabah yang mengunjungi bank atau calon nasabah yang bertemu dengan pegawai bank tersebut.
  - Promosi yang dilakukan hanya berupa pemberian brosur kepada nasabah yang datang langsung ke bank dan menginginkan brosur tersebut. Serta tidak pernah terlihatnya kegiatan promosi melalui media masa, seperti majalah, surat kabar dan televisi. Sehingga banyak calon nasabah yang tidak merasakan pengaruh promosi secara langsung.
  - Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang belum pernah memberikan hadiah atau potongan harga. Jadi dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang tidak melakukan promosi penjualan. Sehingga tingkat promosi masih rendah.
  - Jarang melihat Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menggunakan sarana promosi publisitas melalui kegiatan *sponsorship*. Jadi dapat disimpulkan bahwa bank syariah tersebut tidak menggunakan sarana promosi publisitas. Sehingga tingkat promosi masih rendah.
5. Bagaimana proses pelayanan yang diberikan di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang jika dilihat dari arus aktifitas, jumlah langkah, dan tingkat keterlibatan terhadap keputusan anda dalam menjadi nasabah?

Jawaban:

- Proses yang diberikan di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat andal dan tepat serta proses penyelesaian keluhan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang juga sangat cepat sehingga dapat

memberikan kepuasan dan dapat meningkatkan minat calon nasabah untuk menjadi nasabah.

- Prosedur yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sangat sederhana dan sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah. Sehingga dapat memberikan kepuasan dan dapat meningkatkan minat calon nasabah untuk menjadi nasabah.
- Keterlibatan nasabah yang tinggi tetap bisa membuat nasabah merasa nyaman. Rasa nyaman tersebut yang membuat calon nasabah mempertimbangkan hal ini dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah.

6. Bagaimana bukti fisik yang dimiliki Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang jika dilihat dari desain fasilitas, penunjuk yang diberikan, seragam karyawan, dan tangibel lainnya terhadap keputusan anda dalam menjadi nasabah?

Jawaban:

- Letak televisi yang ada di ruang tunggu kurang sesuai karena nasabah harus melihat ke samping atau ke belakang, menurut mereka seharusnya letak televisi ada di depan ruang tunggu. (Fasilitas)
- Bukti fisik yang dimiliki Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sama saja dengan bank lain sehingga tidak membuat calon nasabah merasa kagum dan tertarik.
- Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang belum menyediakan air mineral untuk para nasabah yang sedang berkunjung di bank tersebut.
- Semua bank pasti meletakkan papan nama dan logo di tempat yang mudah dikenali. Karena itu merupakan cara yang bisa dilakukan agar bank tersebut mudah untuk dikenali. Jadi, tidak ada yang istimewa dari hal itu, sehingga tidak dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah.
- Pegawai di semua bank selalu berpakaian rapi karena itu merupakan peraturan yang sudah diberikan di setiap bank. Sehingga tidak bisa dijadikan sebagai nilai tambah yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah.
- Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang memang aman. Akan tetapi, sebaiknya pihak bank memperkerjakan juru parkir atau satpam khusus untuk menjaga keamanan di parkir, untuk membantu nasabah yang kesulitan dalam menyebrang, dan untuk membantu nasabah yang kesulitan dalam

pengambilan kendaraan yang tertutupi dengan kendaraan lain. Karena hal tersebut berkaitan dengan keselamatan nasabah untuk sampai di dalam gedung bank sehingga bisa dimasukkan dalam kategori keamanan. Maka dari itu, hal ini belum bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah.

7. Bagaimana karyawan di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang jika dilihat dari kemampuan melayani dan menjelaskan, keramahan, dan perhatian yang diberikan terhadap keputusan anda dalam menjadi nasabah?

Jawaban:

- Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang memiliki kemampuan dalam memberikan layanan secara cepat. Akan tetapi, semua pegawai bank di bank manapun mereka bekerja memang dituntut untuk cekatan dalam melayani nasabah agar nasabah merasa puas. Sehingga hal ini tidak bisa dijadikan nilai tambah bagi Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang untuk mempengaruhi pengambilan keputusan menjadi nasabah.
- Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang memiliki kemampuan dalam menjelaskan kepada nasabah. Akan tetapi, semua pegawai bank di bank manapun mereka bekerja memang dituntut untuk pandai dalam menjelaskan kepada nasabah agar nasabah mudah memahami. Sehingga hal ini tidak bisa dijadikan nilai tambah bagi Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang untuk mempengaruhi pengambilan keputusan menjadi nasabah.
- Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang memberikan pelayanan dengan ramah. Akan tetapi, semua pegawai bank di bank manapun mereka bekerja memang dituntut untuk bersikap ramah kepada nasabah. Sehingga hal ini tidak bisa dijadikan nilai tambah bagi Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang untuk mempengaruhi pengambilan keputusan menjadi nasabah.
- Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang perhatian terhadap semua keluhan nasabah. Akan tetapi, semua pegawai bank di bank manapun mereka bekerja memang dituntut untuk bersabar, berempati dan perhatian terhadap keluhan nasabah. Sehingga hal ini tidak bisa dijadikan nilai tambah bagi Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang untuk mempengaruhi pengambilan keputusan menjadi nasabah.

8. Bagaimana kepatuhan syariah yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang terhadap keputusan anda dalam menjadi nasabah?

Jawaban: Tidak ada unsur riba, gharar dan maisir dalam semua produk dan transaksi di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Selain itu, Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang juga menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal, menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah, dan mengelola zakat, infak, serta shodaqoh sesuai dengan ketentuan syariah. *Syariah compliance* yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang merupakan ciri khas yang membuatnya berbeda dengan bank konvensional, maka dari itu, banyak yang tertarik untuk menjadi nasabah karena hal itu.



## Lampiran 7 Dokumentasi



Souvenir untuk 103 nasabah yang mengisi kuesioner



Persiapan penyebaran kuesioner





**Proses Penyebaran Kuesioner dan Wawancara dengan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang**



**Wawancara Bersama Bapak Arif Triyono Supriadi Selaku *Branch Operation and Service Manager* di Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang**



## **PENGALAMAN KEGIATAN**

- Sekertaris Organisasi Forum Komunikasi Pemuda Nambongan (FKPN) Jabatan 2016 – 2018
- Sekertaris organisasi Remaja Islam Masjid Muttaqien Jabatan 2016 – sekarang
- Sekertaris di organisasi Sub Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa Jabatan 2016 – sekarang
- Bendahara di perkumpulan pemudi Jabatan 2016-2017
- Seksi Acara di acara Milad FORSEI tahun 2016
- Seksi Acara di acara FBE ( ForSEBI Basic Education) dan Mubes (Musyawarah Besar) ForSEBI tahun 2016
- Seksi Humas di acara TEMILNAS ( Temu Ilmiah Nasional) XVI FOSSEI 2017 tahun 2017
- Pengurus ForSEBI (Anggota departemen *Public Relation*) 2016 - 2017
- Sekertaris dalam kepanitiaan Bulan Suci Ramadhan tahun 2017
- Bendahara dalam kepanitiaan Bulan Suci Ramadhan tahun 2016
- Bendahara dalam kepanitian 17 Agustus-an tahun 2016
- Sekertaris dalam kepanitiaan Bulan Suci Ramadhan tahun 2018