

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
PEMBIAYAAN TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan**



**Disusun oleh
Bagja Sumantri
NIM. 10404244031**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2014**

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK PEMBIAYAAN
TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK
SYARIAH KOTA YOGYAKARTA

Oleh:

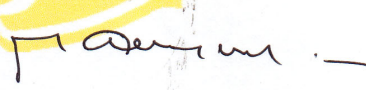
BAGJA SUMANTRI

10404244031

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diajukan dan dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Yogyakarta, 22 Mei 2014

Pembimbing


Maimun Sholeh, M. Si

NIP. 19660606 200501 1002

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK PEMBIAYAAN
TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH DI KOTA YOGYAKARTA**

Yang disusun oleh

BAGJA SUMANTRI

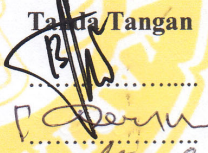
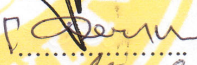

10404244031

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta pada tanggal 22

Mei 2014 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan

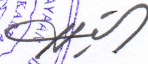
DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda/Tangan	Tanggal
Bambang Suprayitno, M.Sc	Ketua Penguji		12/5/2014
Maimun Sholeh, M.Si	Sekretaris		13/5/2014
Supriyanto, M.M	Penguji Utama		13/5/2014

Yogyakarta, 17 Juni 2014

Fakultas Ekonomi UNY

Dekan


Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP. 19550328 198303 1 002/1

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Bagja Sumantri

NIM : 10404244031

Jurusan : Pendidikan Ekonomi

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap
Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah di Kota
Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang benar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Yogyakarta, 05 Mei 2014

Bagja Sumantri

NIM. 10404244031

MOTTO

“.....

Kalau engkau tak mampu menjadi jalan raya
Jadilah saja jalan kecil,
Tetapi jalan setapak yang membawa orang ke mata air
Tidaklah semua menjadi kapten
Tentu harus ada awak kapalnya
Bukan Besar Kecilnya tugas
Yang menjadikan tinggi rendahnya dirimu
Jadilah saja dirimu
Sebaik-baiknya dirimu sendiri
(Kerendahan Hati, Taufik Ismail)

Lakukan saja apa yang menurutmu benar
Lakukan kebenaranmu itu dengan kejujuran hatimu
Lakukan Kejujuranmu itu dihadapan orang lain
Jangan takut saat orang tidak suka dengan kejujuranmu
Karena kejujuranmu akan membebaskanmu
Membebaskanmu dari segala kemunafikan kehidupan
(tanpa nama)

PERSEMBAHAN.....

Secara sederhana kusampaikan karya ini untuk:
Bapak dan Ibuku yang selalu menjadi cahaya
Disaat aku mulai putus asa
Cahaya itu bagaikan matahari
Matahari yang selalu memberi kehidupan
Kehidupanku seperti saat ini
Dan jati diriku yang kupegang teguh sampai saat ini.

BINGKISAN INI UNTUK....

Adik-adik ku yang selalu menerima aku
Yang selalu menganggap bahwa aku adalah kakak
Yang selalu menghiburku disaat jiwa terasa sepi
Dengan senyum dan tawa yang sederhana
(Maretsa Fajar Yanti, Bagus Tri Wira Mukti, Bayu Catur Pamungkas)

Seseorang yang tak pernah lelah memberiku dukungan
Seseorang yang selalu sabar menghadapi keegoisanku
Seseorang yang selalu menerima kesederhanaanku
Dan seseorang yang bersedia selalu disampingku
(Heni Susilowati)

Kepada para sahabat yang telah memberikan warna
Kepada para sahabat yang telah mengajarku arti persahabatan
Kepada para sahabat yang selalu menemaniku saat kesusahan
Kepada para sahabat yang telah, telah dan telah.....
(semua sahabat yang bermakna dihatiku dan hati kalian)

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK PEMBIAYAAN TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH KOTA YOGYAKARTA

Oleh:
Bagja Sumantri
NIM. 10404244031

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah, pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah, pengaruh produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah, pengaruh produk pembiayaan terhadap keputusan menjadi nasabah dan pengaruh minat menjadi nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling* dan *kuota sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan angket dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan analisis jalur.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah dengan koefisien jalur standar sebesar 0,185 dan critical ratio 2,194 ($p < 0,05$). Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan koefisien jalur standar sebesar 0,415 dan critical ratio 5,327 ($p < 0,05$). Penelitian ini juga menemukan ada pengaruh positif produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah dengan koefisien jalur standar sebesar 0,531 dan critical ratio 6,284 ($p < 0,05$). Produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan koefisien jalur standar sebesar 0,263 dan critical ratio 2,926 ($p < 0,05$). Selain itu minat menjadi nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan koefisien jalur standar sebesar 0,216 dan critical ratio 2,382 ($p < 0,05$).

Kata kunci: Kualitas pelayanan, produk pembiayaan, bank syariah

ABSTRACT

THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY AND FINANCING PRODUCT ON THE INTEREST AND DECISION IN BECOMING A CUSTOMER OF SHARIA BANKS IN YOGYAKARTA CITY

By:
Bagja Sumantri
NIM 10404244031

This study aims to investigate the effect of service quality on the interest in becoming a customer, the effect of the service quality on the decision in becoming a customer, the effect of financing product on the interest in becoming a customer, the effect of financing product on the decision in becoming a customer, and the effect of the interest in becoming a customer on the decision in becoming a customer.

This was a causal associative study. The research population comprised customers of sharia banks in Yogyakarta City. The sample was selected by means of the proportional stratified random sampling and quota sampling techniques. The data were collected through questionnaires and documentation and were analyzed by means of the path analysis.

The results of the study show that there is a positive effect of service quality on the interest in becoming a customer with a standardized path coefficient of 0.185 and a critical ratio of 2.194 ($p < 0.05$). Service quality also has a positive effect on the decision in becoming a customer with a standardized path coefficient of 0.415 and a critical ratio of 5.327 ($p < 0.05$). The study also finds out that there is a positive effect of financing product on the interest in becoming a customer with a standardized path coefficient of 0.531 and a critical ratio of 6.284 ($p < 0.05$). Financing product also has a positive effect on the decision in becoming a customer with a standardized path coefficient of 0.263 and a critical ratio of 2.926 ($p < 0.05$). In addition, the interest in becoming a customer has a positive effect on the decision in becoming a customer with a standardized path coefficient of 2.16 and a critical ratio of 2.382 ($p < 0.05$).

Keywords: *service quality, financing product, sharia banks*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis sanggup menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Kota Yogyakarta”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan tuntunan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, yang telah memberikan izin penelitian.
3. Daru Wahyuni, M.Si selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi, yang telah memberikan arahan dan kemudahan selama proses penyelesaian studi.
4. Bapak Maimun Sholeh M.Si, selaku pembimbing skripsi dan pembimbing akademik, yang telah memberikan waktu, petunjuk, dan bimbingannya dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Supriyanto M.M, selaku narasumber, yang telah memberikan arahan, petunjuk dalam penulisan skripsi ini.

6. Bapak/ibu dosen jurusan Pendidikan Ekonomi serta karyawan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pelayanan selama ini.
7. Keluargaku (Bapak, Ibu, Maretsa Fajar Yanti, Bagus Tri Wira Mukti dan Bayu Catur Pamungkas), yang telah memberikan dukungan dan perhatian. Terima kasih atas segala doa yang diberikan.
8. Sahabat-sahabat Pendidikan Ekonomi Non Reguler dan Reguler yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas persahabatannya
9. Sahabat-sahabat di HMPE 2011; Pipit Haryadi, Sumitro, Dian Adi Wibowo, Abdul Muin; terima kasih atas persahabatannya
10. Sahabat HMPE 2012; M.A Rais, Heni Susilowati, Denty Octavianingrum, Dwi Septiana, Choiriyatun Fauziyah, Nisa Furqonik, Yogi Antoni, Agus Purnomo, Ayunitasari, Sevtyan Agus Ardani, Isnaini Nurohmah, Intan Ulil, terima kasih atas persaudaraannya.
11. Sahabat DPM KM FE UNY 2013; Ikmal Nur Muflih, Frank Aligarh, Ginanjar Farizky, M. Cholid Wildan dan Mirza Nugraha; terimakasih atas kebersamaannya.
12. PEEONER atas kebersamaan dan dukungannya selama ini (Devit Bayu, Joko Setyawan, M. Arif Mustofa, Perdana Oviana, Faiz Setiawan, Singgih Rahmad dan teman-teman kelas B 10 lainnya terima kasih atas dukungannya).

13. Teman-teman kos Antar Nusa Putra (Diby Waskito, Dwiyanto, AP Massri, Kusuma Aji, Zulfri Ardhi, Septian Teguh, Anugrah Gilang atas persaudaran dan kebersamaanya selama ini.

Semoga bantuan baik yang bersifat moral maupun material selama penelitian hingga terselesainya penulisan skripsi ini dapat menjadi amal baik dan ibadah, serta mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 05 Mei 2014

Penulis

Bagja Sumantri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Teori	10
1. Keputusan Menjadi Nasabah.....	10
a. Pengertian Keputusan	10
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan	11
2. Minat Menjadi Nasabah	15
a. Pengertian Minat Menjadi Nasabah	15
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat	16

3. Kualitas Pelayanan	17
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	17
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	19
4. Produk Pembiayaan	21
a. Pengertian Pembiayaan	21
b. Jenis Pembiayaan Bank Syariah	23
c. Pola Pembiayaan Bank Syariah	24
B. Penelitian yang Relevan	32
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Desain Penelitian	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel	38
D. Variabel Penelitian	39
E. Definisi Operasional Variabel	40
1. Kualitas Pelayanan	40
2. Produk Pembiayaan	40
3. Minat Menjadi Nasabah	40
4. Keputusan Menjadi Nasabah	41
F. Teknik Pengumpulan Data	41
1. Angket	41
2. Dokumentasi	42
G. Instrumen Penelitian	42
1. Membuat kisi-kisi Instrumen	42
2. Penghitungan Skor	43
H. Uji Coba Instrumen	44
1. Uji Validitas Instrumen	44
2. Uji Reabilitas Instrumen	47
I. Teknik Analisis Data	48
1. Uji Prasyarat Analisis	49
2. Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Deskripsi Data	56
1. Kualitas Pelayanan	56
2. Produk Pembiayaan	56

3. Minat Menjadi Nasabah	60
4. Keputusan Menjadi Nasabah.....	63
B. Uji Prasyarat Analisis.....	65
1. Uji Normalitas	65
2. Uji Linearitas.....	66
3. Uji Multikolinearitas	67
C. Uji Hipotesis	67
1. Menilai Kriteria Goodness of Fit	67
2. Analisis Jalur	70
3. Uji Hipotesis.....	71
4. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
C. Keterbatasan Penelitian.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Bank Syariah Kota Yogyakarta	38
2. Daftar Sampel Penelitian	39
3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	43
4. Skor Penilaian Angket	44
5. Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan	45
6. Validitas Instrumen Produk Pembiayaan	46
7. Validitas Instrumen Minat Menjadi Nasabah	47
8. Validitas Instrumen Keputusan Menjadi Nasabah.....	47
9. Intrepretasi tabel r	48
10. Reabilitas Instrumen	48
11. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	57
12. Kategori Kecenderungan Variabel Kualitas Pelayanan	58
13. Distribusi Frekuensi Variabel Produk Pembiayaan	59
14. Kategori Kecenderungan Variabel Produk Pembiayaan.....	60
15. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menjadi Nasabah.....	61
16. Kategori Kecenderungan Variabel Minat Menjadi Nasabah	62
17. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Menjadi Nasabah	63
18. Kategori Kecenderungan Variabel Keputusan Menjadi Nasabah.....	64
19. Uji Normalitas.....	65
20. Uji Linearitas	66
21. Uji Multikolinearitas	67
22. Variance Error.....	68
23. Standardized Reggresion Weight.....	68
24. Kriteria Goodness Of Fit.....	69
25. Uji Hipotesis	72
26. Pengaruh Langsung, Tidak langsung dan Total.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Instrumen Penelitian.....	90
2. Uji Validitas dan Reabilitas.....	96
3. Tabulasi Data.....	105
4. Distribusi Frekuensi	119
5. Kecenderungan Variabel	125
6. Uji Prasyarat Analisis	130
7. Uji Hipotesis.....	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Alur Berpikir	35
2. Diagram Jalur	54
3. Diagram Batang Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
4. Diagram Batang Frekuensi Variable Produk Pembiayaan.....	59
5. Diagram Batang Frekuensi Variable Minat Menjadi Nasabah	61
6. Diagram Batang Frekuensi Variable Keputusan Menjadi Nasabah	64
7. Model Struktural Analisis Jalur	70

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
PEMBIAYAAN TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan**



**Disusun oleh
Bagja Sumantri
NIM. 10404244031**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2014**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Bagja Sumantri

NIM : 10404244031

Jurusan : Pendidikan Ekonomi

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap
Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah di Kota
Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang benar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Yogyakarta, 05 Mei 2014

Bagja Sumantri

NIM. 10404244031

MOTTO

“.....

Kalau engkau tak mampu menjadi jalan raya
Jadilah saja jalan kecil,
Tetapi jalan setapak yang membawa orang ke mata air
Tidaklah semua menjadi kapten
Tentu harus ada awak kapalnya
Bukan Besar Kecilnya tugas
Yang menjadikan tinggi rendahnya dirimu
Jadilah saja dirimu
Sebaik-baiknya dirimu sendiri
(Kerendahan Hati, Taufik Ismail)

Lakukan saja apa yang menurutmu benar
Lakukan kebenaranmu itu dengan kejujuran hatimu
Lakukan Kejujuranmu itu dihadapan orang lain
Jangan takut saat orang tidak suka dengan kejujuranmu
Karena kejujuranmu akan membebaskanmu
Membebaskanmu dari segala kemunafikan kehidupan
(tanpa nama)

PERSEMBAHAN.....

Secara sederhana kusampaikan karya ini untuk:
Bapak dan Ibuku yang selalu menjadi cahaya
Disaat aku mulai putus asa
Cahaya itu bagaikan matahari
Matahari yang selalu memberi kehidupan
Kehidupanku seperti saat ini
Dan jati diriku yang kupegang teguh sampai saat ini.

BINGKISAN INI UNTUK....

Adik-adik ku yang selalu menerima aku
Yang selalu menganggap bahwa aku adalah kakak
Yang selalu menghiburku disaat jiwa terasa sepi
Dengan senyum dan tawa yang sederhana
(Maretsa Fajar Yanti, Bagus Tri Wira Mukti, Bayu Catur Pamungkas)

Seseorang yang tak pernah lelah memberiku dukungan
Seseorang yang selalu sabar menghadapi keegoisanku
Seseorang yang selalu menerima kesederhanaanku
Dan seseorang yang bersedia selalu disampingku
(Heni Susilowati)

Kepada para sahabat yang telah memberikan warna
Kepada para sahabat yang telah mengajarku arti persahabatan
Kepada para sahabat yang selalu menemaniku saat kesusahan
Kepada para sahabat yang telah, telah dan telah.....
(semua sahabat yang bermakna dihatiku dan hati kalian)

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK PEMBIAYAAN TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH KOTA YOGYAKARTA

Oleh:
Bagja Sumantri
NIM. 10404244031

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah, pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah, pengaruh produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah, pengaruh produk pembiayaan terhadap keputusan menjadi nasabah dan pengaruh minat menjadi nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling* dan *kuota sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan angket dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan analisis jalur.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah dengan koefisien jalur standar sebesar 0,185 dan critical ratio 2,194 ($p < 0,05$). Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan koefisien jalur standar sebesar 0,415 dan critical ratio 5,327 ($p < 0,05$). Penelitian ini juga menemukan ada pengaruh positif produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah dengan koefisien jalur standar sebesar 0,531 dan critical ratio 6,284 ($p < 0,05$). Produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan koefisien jalur standar sebesar 0,263 dan critical ratio 2,926 ($p < 0,05$). Selain itu minat menjadi nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan koefisien jalur standar sebesar 0,216 dan critical ratio 2,382 ($p < 0,05$).

Kata kunci: Kualitas pelayanan, produk pembiayaan, bank syariah

ABSTRACT

THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY AND FINANCING PRODUCT ON THE INTEREST AND DECISION IN BECOMING A CUSTOMER OF SHARIA BANKS IN YOGYAKARTA CITY

By:
Bagja Sumantri
NIM 10404244031

This study aims to investigate the effect of service quality on the interest in becoming a customer, the effect of the service quality on the decision in becoming a customer, the effect of financing product on the interest in becoming a customer, the effect of financing product on the decision in becoming a customer, and the effect of the interest in becoming a customer on the decision in becoming a customer.

This was a causal associative study. The research population comprised customers of sharia banks in Yogyakarta City. The sample was selected by means of the proportional stratified random sampling and quota sampling techniques. The data were collected through questionnaires and documentation and were analyzed by means of the path analysis.

The results of the study show that there is a positive effect of service quality on the interest in becoming a customer with a standardized path coefficient of 0.185 and a critical ratio of 2.194 ($p < 0.05$). Service quality also has a positive effect on the decision in becoming a customer with a standardized path coefficient of 0.415 and a critical ratio of 5.327 ($p < 0.05$). The study also finds out that there is a positive effect of financing product on the interest in becoming a customer with a standardized path coefficient of 0.531 and a critical ratio of 6.284 ($p < 0.05$). Financing product also has a positive effect on the decision in becoming a customer with a standardized path coefficient of 0.263 and a critical ratio of 2.926 ($p < 0.05$). In addition, the interest in becoming a customer has a positive effect on the decision in becoming a customer with a standardized path coefficient of 2.16 and a critical ratio of 2.382 ($p < 0.05$).

Keywords: *service quality, financing product, sharia banks*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis sanggup menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Kota Yogyakarta”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan tuntunan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, yang telah memberikan izin penelitian.
3. Daru Wahyuni, M.Si selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi, yang telah memberikan arahan dan kemudahan selama proses penyelesaian studi.
4. Bapak Maimun Sholeh M.Si, selaku pembimbing skripsi dan pembimbing akademik, yang telah memberikan waktu, petunjuk, dan bimbingannya dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Supriyanto M.M, selaku narasumber, yang telah memberikan arahan, petunjuk dalam penulisan skripsi ini.

6. Bapak/ibu dosen jurusan Pendidikan Ekonomi serta karyawan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pelayanan selama ini.
7. Keluargaku (Bapak, Ibu, Maretsa Fajar Yanti, Bagus Tri Wira Mukti dan Bayu Catur Pamungkas), yang telah memberikan dukungan dan perhatian. Terima kasih atas segala doa yang diberikan.
8. Sahabat-sahabat Pendidikan Ekonomi Non Reguler dan Reguler yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas persahabatannya
9. Sahabat-sahabat di HMPE 2011; Pipit Haryadi, Sumitro, Dian Adi Wibowo, Abdul Muin; terima kasih atas persahabatannya
10. Sahabat HMPE 2012; M.A Rais, Heni Susilowati, Denty Octavianingrum, Dwi Septiana, Choiriyatun Fauziyah, Nisa Furqonik, Yogi Antoni, Agus Purnomo, Ayunitasari, Sevtyan Agus Ardani, Isnaini Nurohmah, Intan Ulil, terima kasih atas persaudaraannya.
11. Sahabat DPM KM FE UNY 2013; Ikmal Nur Muflih, Frank Aligarh, Ginanjar Farizky, M. Cholid Wildan dan Mirza Nugraha; terimakasih atas kebersamaannya.
12. PEEONER atas kebersamaan dan dukungannya selama ini (Devit Bayu, Joko Setyawan, M. Arif Mustofa, Perdana Oviana, Faiz Setiawan, Singgih Rahmad dan teman-teman kelas B 10 lainnya terima kasih atas dukungannya).

13. Teman-teman kos Antar Nusa Putra (Diby Waskito, Dwiyanto, AP Massri, Kusuma Aji, Zulfri Ardhi, Septian Teguh, Anugrah Gilang atas persaudaran dan kebersamaanya selama ini.

Semoga bantuan baik yang bersifat moral maupun material selama penelitian hingga terselesainya penulisan skripsi ini dapat menjadi amal baik dan ibadah, serta mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 05 Mei 2014

Penulis

Bagja Sumantri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Teori	10
1. Keputusan Menjadi Nasabah.....	10
a. Pengertian Keputusan	10
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan	11
2. Minat Menjadi Nasabah	15
a. Pengertian Minat Menjadi Nasabah	15
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat	16

3. Kualitas Pelayanan	17
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	17
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	19
4. Produk Pembiayaan	21
a. Pengertian Pembiayaan	21
b. Jenis Pembiayaan Bank Syariah	23
c. Pola Pembiayaan Bank Syariah	24
B. Penelitian yang Relevan	32
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Desain Penelitian	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel	38
D. Variabel Penelitian	39
E. Definisi Operasional Variabel	40
1. Kualitas Pelayanan	40
2. Produk Pembiayaan	40
3. Minat Menjadi Nasabah	40
4. Keputusan Menjadi Nasabah	41
F. Teknik Pengumpulan Data	41
1. Angket	41
2. Dokumentasi	42
G. Instrumen Penelitian	42
1. Membuat kisi-kisi Instrumen	42
2. Penghitungan Skor	43
H. Uji Coba Instrumen	44
1. Uji Validitas Instrumen	44
2. Uji Reabilitas Instrumen	47
I. Teknik Analisis Data	48
1. Uji Prasyarat Analisis	49
2. Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Deskripsi Data	56
1. Kualitas Pelayanan	56
2. Produk Pembiayaan	56

3. Minat Menjadi Nasabah	60
4. Keputusan Menjadi Nasabah.....	63
B. Uji Prasyarat Analisis.....	65
1. Uji Normalitas	65
2. Uji Linearitas.....	66
3. Uji Multikolinearitas	67
C. Uji Hipotesis	67
1. Menilai Kriteria Goodness of Fit	67
2. Analisis Jalur	70
3. Uji Hipotesis.....	71
4. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
C. Keterbatasan Penelitian.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Bank Syariah Kota Yogyakarta	38
2. Daftar Sampel Penelitian	39
3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	43
4. Skor Penilaian Angket	44
5. Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan	45
6. Validitas Instrumen Produk Pembiayaan	46
7. Validitas Instrumen Minat Menjadi Nasabah	47
8. Validitas Instrumen Keputusan Menjadi Nasabah.....	47
9. Intrepretasi tabel r	48
10. Reabilitas Instrumen	48
11. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	57
12. Kategori Kecenderungan Variabel Kualitas Pelayanan	58
13. Distribusi Frekuensi Variabel Produk Pembiayaan	59
14. Kategori Kecenderungan Variabel Produk Pembiayaan.....	60
15. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menjadi Nasabah.....	61
16. Kategori Kecenderungan Variabel Minat Menjadi Nasabah	62
17. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Menjadi Nasabah	63
18. Kategori Kecenderungan Variabel Keputusan Menjadi Nasabah.....	64
19. Uji Normalitas.....	65
20. Uji Linearitas	66
21. Uji Multikolinearitas	67
22. Variance Error.....	68
23. Standardized Reggresion Weight.....	68
24. Kriteria Goodness Of Fit.....	69
25. Uji Hipotesis	72
26. Pengaruh Langsung, Tidak langsung dan Total.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Instrumen Penelitian.....	90
2. Uji Validitas dan Reabilitas.....	96
3. Tabulasi Data.....	105
4. Distribusi Frekuensi	119
5. Kecenderungan Variabel	125
6. Uji Prasyarat Analisis	130
7. Uji Hipotesis.....	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Alur Berpikir	35
2. Diagram Jalur	54
3. Diagram Batang Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
4. Diagram Batang Frekuensi Variable Produk Pembiayaan.....	59
5. Diagram Batang Frekuensi Variable Minat Menjadi Nasabah	61
6. Diagram Batang Frekuensi Variable Keputusan Menjadi Nasabah	64
7. Model Struktural Analisis Jalur	70

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan tulang punggung dalam membangun sistem perekonomian dan keuangan Indonesia. Peran perbankan yang berfungsi sebagai *intermediary function* yaitu lembaga yang mampu menyalurkan kembali dana yang dimiliki oleh unit ekonomi yang surplus kepada unit ekonomi yang membutuhkan dana atau defisit. Fungsi ini merupakan mata rantai yang sangat penting dalam melakukan bisnis. Hal ini berkaitan dengan penyediaan dana yang memiliki hubungan investasi dan modal kerja bagi unit-unit bisnis dalam melakukan fungsi produksi (Sutan Remy Sjahdeini, 1999: 22).

Perkembangan dunia perbankan sampai saat ini semakin kompleks. Berbagai macam jenis produk dan sistem usaha ditawarkan oleh masing-masing bank. Hal yang paling mencolok adalah adanya dua sistem pengembalian uang nasabah yaitu dengan sistem bunga dan bagi hasil. Bank konvensional menggunakan sistem bunga dan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil.

Seiring berjalannya waktu produk-produk transaksi syariah cukup diminati oleh banyak orang. Dengan perkembangan tersebut memaksa Bank Indonesia (BI) menciptakan sebuah terobosan yaitu munculnya PBI No. 8/3/PBI/2006, yang diharapkan mampu mendorong kemampuan sistem perbankan nasional dalam melayani dan menyediakan kemudahan

bertransaksi syariah. Peraturan inilah yang menjadi landasan dasar bagi cabang bank konvensional yang telah memiliki Unit Usaha Syariah dalam melaksanakan transaksi syariah.

Bank syariah yang ada di Indonesia memang berkembang cukup signifikan. Hal ini ditandai dengan jumlah bank syariah yang ada di Indonesia mengalami peningkatan tiap tahunnya. Berdasarkan data yang didapat dari statistik Bank Indonesia sampai September 2013, jumlah kantor pusat, kantor cabang pembantu, hingga kantor kas bank syariah mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Dari data tersebut kantor pusat mengalami peningkatan sebesar 4,6%, kantor cabang pembantu mengalami peningkatan 14,2% serta kantor kas mengalami peningkatan 5,6%. Perkembangan juga terjadi pada jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dalam perbankan syariah mengalami peningkatan sebesar 9,5% dari tahun sebelumnya (statistik bank Indonesia: bi.go.id/statistik/banksyariah).

Dengan peningkatan yang tersebut tentunya tidak menutup kemungkinan bahwa suatu saat Indonesia akan menjadi *global player* keuangan syariah di dunia. Pernyataan tersebut didasarkan karena Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar yang ada di dunia. Hal ini tentunya cukup menguntungkan Indonesia, karena dengan jumlah penduduk muslim yang cukup besar menjadi salah satu faktor pendukung perkembangan bank syariah yang ada di Indonesia. Dalam penilaian *Global Islamic Financial Report (GIFR)* tahun 2011, Indonesia menduduki urutan keempat negara yang memiliki potensi pengembangan

keuangan syariah setelah Iran, Malaysia, dan Saudi Arabia. Hal ini didasari oleh beberapa aspek dalam perhitungan indeks, jumlah bank syariah, jumlah lembaga keuangan non-bank syariah, maupun aset keuangan syariah (Halim Alamsyah: 2012).

Berdasarkan data dari statistik Bank Indonesia, sampai September 2013 bank syariah di Indonesia mampu mengumpulkan aset sekitar US\$ 5,4 miliar , sementara itu bank konvensional mampu mengumpulkan aset sebesar US\$ 3.662 miliar (statistik bank Indonesia: bi.go.id/statistik). Dari data tersebut tentunya bank syariah masih belum mampu menandingi eksistensi bank konvensional yang memang secara usia berdirinya jauh lebih lama dibandingkan bank syariah.

Jika kita bandingkan dengan negara Malaysia, jumlah *market share* Malaysia masih lebih besar dibanding Indonesia, sampai akhir 2012 Malaysia sudah mencapai 24% sedangkan Indonesia baru mencapai 5% (Syakir Sula: 2012). Hal ini disebabkan karena pengenalan bank syariah terhadap masyarakat di Malaysia memang lebih dulu dibandingkan dengan Indonesia. Di Indonesia bank syariah mulai didirikan pada tahun 1992 sedangkan di Malaysia sejak tahun 1983, bahkan selama periode 1992-1998 perkembangan bank syariah cukup lambat yaitu hanya ada 1 unit bank syariah.

Meningkatkan perbankan syariah, tidak hanya didukung oleh sumberdaya manusia yang profesional dan memiliki pengalaman praktis dalam sistem perbankan, akan tetapi juga dipengaruhi faktor-faktor lain. Faktor-faktor tersebut antara lain, kesadaran umat islam untuk berbisnis secara

syariah dan menabung. Dalam rangka untuk meningkatkan minat masyarakat menabung di bank syariah, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, komponen tersebut mencakup *tangible*, *responsivity*, *assurance*, *reality* dan *emphaty*. Disamping itu, nasabah akan puas bila komponen tersebut dapat terpenuhi secara lengkap.

Pengelola bank syariah dalam meningkatkan minat nasabah dalam menabung harus melakukan berbagai strategi, salah satunya adalah meningkatkan pelayanan serta pengenalan produk-produk pembiayaan bank syariah. Pelayanan disini menurut Kotler (2002: 83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Bank syariah sebenarnya sudah menawarkan beragam produk perbankan. Produk-produk bank syariah mencakup *Al-wadi'ah* (simpanan), pembiayaan dengan bagi hasil (*Al-musyarakah* dan *Al-mudharabah*), *Bai'al-Murabahah*, *Bai'assalam*, *Bai'Al-istih'na*, *Al-Ijarah (Leasing)*, *Al-Kafalah (garansi)*. Produk-produk bank syariah memiliki perbedaan yang sangat mendasar dengan bank konvensional dan hal inilah yang menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Salah satu produk yang saat ini cukup diminati masyarakat adalah produk pembiayaan syariah *Al-musyarakah* dan *Al-mudharabah*. Pembiayaan

disini menurut M. Syafi'i Antonio (2001: 160) adalah pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*, dimana dalam perbankan syariah transaksi-transaksinya dalam bentuk bagi hasil (*mudharabah dan musyarakah*).

Perkembangan bank syariah yang pesat di Indonesia juga terjadi di Yogyakarta. Sampai saat ini, jumlah bank syariah yang ada di Yogyakarta selalu mengalami peningkatan di tiap tahunnya akan tetapi *Financing Deposit Ratio (FDR)* yang dimiliki masih belum cukup besar jika dibandingkan dengan beberapa provinsi lain, dimana *FDR* yang dimiliki hanya sebesar 77,4%. *FDR* yang dimiliki untuk daerah Sleman sebesar 51,94% sementara untuk daerah kota Yogyakarta sebesar 79,6%, sedangkan sampai saat ini ada 11 bank syariah di Yogyakarta dengan total aset sebanyak Rp 253.287.000.000 (statistik bank Indonesia: bi.go.id/statistik).

Melihat potensi yang dimiliki kota Yogyakarta sebagai salah satu provinsi dengan komposisi masyarakatnya yang cukup heterogen, tentunya memiliki suatu potensi besar bagi perkembangan perbankan syariah, karena target nasabah menjadi jauh lebih variatif. Melihat begitu besarnya potensi perbankan syariah yang ada di Yogyakarta sedangkan *FDR* yang masih sedikit lebih besar dari standar minimal yang ditetapkan BI yaitu sebesar 70%, serta jumlah aset yang ada tidak sebanding dengan jumlah bank menjadi suatu permasalahan sendiri dalam pengelolaan bank syariah di Yogyakarta.

Dari uraian di atas, kualitas pelayanan dan produk pembiayaan diyakini berpengaruh terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah. Oleh

karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah, di Kota Yogyakarta.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang muncul. Adapun masalah tersebut sebagai berikut:

1. Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar didunia dan berpotensi sebagai *global player* keuangan syariah, akan tetapi perkembangannya justru kalah dibandingkan dengan negara Malaysia yang jumlah penduduknya jauh lebih sedikit dibanding Indonesia.
2. *Market share* bank syariah di Indonesia jauh tertinggal dari Malaysia.
3. Jumlah bank syariah tiap tahunnya mengalami peningkatan, akan tetapi jumlah aset yang dimiliki bank syariah masih jauh tertinggal dari bank konvensional.
4. FDR bank syariah di beberapa provinsi di Indonesia masih tergolong rendah, yaitu pada kisaran 70%.
5. Yogyakarta sebagai salah satu daerah yang memiliki potensi cukup besar dalam perkembangan bank syariah, hanya memiliki FDR sebesar 79,6%.
6. Ada masalah dalam pengelolaan bank syariah yang ada di Yogyakarta, sehingga perlu adanya upaya untuk membentuk persepsi dari nasabah tentang kualitas pelayanan dan produk pembiayaan bank syariah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka perlu dilakukan batasan terhadap masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Penelitian ini difokuskan pada persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan dan produk pembiayaan bank syariah. Dimana penelitian ini akan mengukur seberapa besar pengaruh persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan dan produk pembiayaan syariah terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka bisa dirumuskan rumusan masalahnya yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh produk pembiayaan bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan bank syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah?
4. Bagaimana pengaruh produk pembiayaan bank syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah?
5. Bagaimana pengaruh minat menjadi nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh produk pembiayaan bank syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan bank syariah terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh produk pembiayaan bank syariah terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.
5. Mengetahui seberapa besar pengaruh minat nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi teoritis maupun praktis.

1. Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan terutama tentang perbankan syariah dan dunia pendidikan terutama di perguruan tinggi dan masyarakat pada umumnya.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sarana latihan dari kenyataan yang ada di lapangan yang sangat berharga

untuk diaplikasikan dengan pengetahuan yang diperoleh peneliti selama didunia kuliah.

- c. Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh peneliti lain yang membutuhkan.

2. Praktis

- a. Bagi Nasabah Bank Syariah

Dapat sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah sehingga nasabah dapat mendapatkan manfaat yang lebih.

- b. Bagi Bank Syariah

Dari penelitian ini harapannya dapat mengetahui kekurangan serta kelebihan tentang pelayanan dan produk dari pembiayaan bank-bank syariah yang ada di Yogyakarta, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi sendiri bagi pihak bank.

- c. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan yang berkaitan tentang pelayanan dan pembiayaan bank syariah, sehingga wawasan dan pengetahuan tersebut dapat digunakan di masa yang akan datang.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Keputusan Menjadi Nasabah

a. Pengertian Keputusan

Pengambilan keputusan menurut Kotler (2002: 212) adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilakukan oleh konsumen. Keputusan merupakan suatu hal atau bagian yang penting dari perilaku konsumen atau nasabah, hal ini dikarenakan didalam kegiatannya melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Menurut Kotler (2002: 204) berpendapat bahwa para konsumen melakukan lima tahap dalam melakukan pembelian. Tahap itu tidak selalu terjadi dan konsumen terkadang melewati beberapa tahap dan urutannya tidak sesuai dengan tahap dalam melakukan pembelian.

Menurut Basu Swasta dan T. Hani Handoko (1992: 132). Perilaku konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, transaksi didalam proses pengambilan keputusan serta

penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Sehingga berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan keputusan adalah sebuah proses pendekatan masalah dimana individu terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa didalam proses pengambilan keputusan.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah

Pada proses pengambilan keputusan, keputusan yang diambil oleh konsumen didasarkan oleh beberapa faktor. Adapun faktor-faktor tersebut adalah:

1) Pengaruh lingkungan perilaku keputusan mereka dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi.

a) Budaya

Mengacu pada nilai, gagasan, artefak dan simbol-simbol lain yang bermakna, serta dapat membantu individu untuk berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat.

b) Kelas Sosial

Pembagian didalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama.

c) Pengaruh Pribadi

Pengaruh pribadi sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertingkah laku.

d) Keluarga

Peranan anggota keluarga selalu berubah sesuai dengan tingkat kebutuhan produk yang akan dibeli dan siapa yang akan menggunakannya.

e) Situasi

Perilaku seseorang akan cenderung berubah seiring dengan perubahan situasi yang berkembang dan kadang-kadang situasi tersebut tidak dapat diramalkan.

2) Pengaruh Individual

a) Sumber Daya Manusia

Terdapat tiga sumberdaya dalam pengambilan keputusan yaitu: waktu, uang dan perhatian.

b) Motivasi dan Keterlibatan

Motivasi adalah perilaku yang diarahkan lebih pada tujuan dan keterlibatan konsumen.

c) Pengetahuan

Pengetahuan konsumen tentang karakteristik produk dan jasa, dimana dan kapan membeli barang, bagaimana menggunakan produk yang biasa didapat iklan dan promosi.

d) Sikap

Sikap seseorang adalah prediposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap

rangsangan, lingkungan yang dapat mengawali atau membimbing tingkah laku orang tersebut.

e) Kepribadian Seseorang

Kepribadian seseorang merupakan motif untuk melakukan pembelian yang muncul pertama kali karena adanya sesuatu kebutuhan akan sesuatu barang atau jasa.

3) Proses Psikologis

a) Pengolahan Informasi

Dilakukan dengan komunikasi antara pihak yang mempunyai kebutuhan dan keinginan.

b) Pembelajaran

Pembelajaran merupakan proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku.

c) Perubahan Sikap dan Perilaku

Perubahan sikap dan perilaku seseorang konsumen seringkali terjadi dikarenakan perubahan pada pola pemenuhan kebutuhan seseorang.

Philip Kotler (2002: 206) berpendapat, bahwa dalam menentukan pilihannya terhadap produk tertentu maka konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Adapun faktor-faktor tersebut adalah:

1) Harga

Harga merupakan sesuatu yang mendasari seseorang dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak. Bank syariah disini menawarkan pembiayaan yang berbeda dengan bank konvensional dimana bank syariah menggunakan sistem bagi hasil sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga.

2) *Service* yang ditawarkan

Pelayanan merupakan *service* yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya. Pelayanan yang baik akan menjadi motif seseorang dalam mengambil keputusan.

3) Lokasi strategis

Lokasi strategis disini diartikan letak atau lokasinya dapat dengan mudah terjangkau oleh seseorang yang berada dipusat keramaian.

4) Kemampuan tenaga penjual

Kemampuan meyakinkan pembeli terhadap barang yang produsen pasarkan akan meningkatkan motif seseorang untuk membeli produk yang ditawarkan oleh produsen.

5) Periklanan

Promosi yang dilakukan terus menerus akan menjadi salah satu faktor pendorong bagi para konsumen untuk tertarik membeli produk yang ditawarkan oleh produsen.

2. Minat Menjadi Nasabah

a. Pengertian Minat Menjadi Nasabah

Minat menjadi nasabah merupakan pola yang penting dalam proses adopsi konsumen. Minat menjadi nasabah yang tinggi mencerminkan rasa suka konsumen terhadap kualitas pelayanan dan produk. Rasa suka ini timbul bila konsumen memiliki persepsi bahwa kualitas pelayanan dan produk yang mereka gunakan baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen.

Slameto (2010: 180) mengemukakan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat seseorang terhadap sesuatu.

Sejalan dengan pendapat Slameto, pendapat lain disampaikan oleh Dessy Anwar (2001: 281) bahwa minat adalah perhatian kesukaan atau kecenderungan hati terhadap suatu hal. Dari pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu perhatian khusus terhadap suatu hal tertentu yang tercipta dengan penuh kemauan.

Individu akan menaruh minat yang lebih terhadap suatu aktivitas manakala aktivitas tersebut dirasa akan berguna. Dengan kata lain, minat menjadi nasabah timbul manakala seseorang merasakan bahwa

kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah mampu memenuhi bahkan melebihi perkiraan konsumen dan produk pembiayaan yang ditawarkan merupakan salah produk yang menarik dan berbeda dibanding bank konvensional.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat menjadi nasabah merupakan pemusatan perhatian yang dilakukan oleh individu terhadap sesuatu. Hal ini dikarenakan rasa suka dan disertai keinginan yang kuat untuk mengetahui dan berpartisipasi dalam aktivitas tersebut. Minat menjadi nasabah muncul karena persepsi dari konsumen terhadap kualitas pelayanan dan produk pembiayaan bank syariah yang baik. Sehingga semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan dan produk pembiayaan maka semakin tinggi juga minat menjadi nasabah bank syariah.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Crow and Crow (1987: 72) adalah:

- 1) Faktor pendorong dari dalam (*The factor inner urge*) merupakan rangsangan yang datang dari lingkungan/ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan/kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat.
- 2) Faktor motif sosial (*The factor of social motif*) adalah minat seseorang terhadap obyek/suatu hal, disamping hal dipengaruhi

oleh faktor dari dalam diri manusia juga dipengaruhi oleh motif sosial.

- 3) Faktor emosi (*Emosional Factor*) faktor perasaan dan emosi mempunyai pengaruh terhadap subyek.

Berdasarkan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat dapat disimpulkan bahwa minat adalah merupakan kecenderungan yang ada didalam diri seseorang untuk tertarik terhadap suatu obyek. Sehingga minat menjadi nasabah adalah suatu rasa ketertarikan yang muncul dari dalam individu maupun luar individu terhadap suatu hal tertentu, hal yang dimaksud disini adalah kualitas pelayanan dan produk pembiayaan bank syariah.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Tingkat persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan mendorong masing-masing perusahaan untuk memenangkan persaingan, salah satu upaya yang dilakukan adalah meningkatkan mutu layanan dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Menurut Basu Swastha (2000: 10) kualitas pelayanan diartikan sebagai suatu bentuk kesesuaian antara yang diharapkan oleh konsumen dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan pelanggan. Pelayanan aktual adalah pengurangan nilai harapan dan nilai kinerja.

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin, secara fisik dan menyediakan kepuasan kepada pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Senada dengan definisi yang disampaikan Kotler (2002: 83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah suatu tingkatan baik atau buruknya usaha yang dilakukan produsen dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen, dimana mereka memberikan suatu jasa yang melebihi harapan dan keinginan konsumen. Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi dari yang diterimanya pada waktu tertentu. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi *evaluatif* terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2000: 70), untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut:

1) Tangibles

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Dimensi ini cukup penting karena mampu menciptakan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa, sehingga bagi perusahaan yang tidak menjaga fasilitas fisiknya akan merusak *image* perusahaan.

Jadi yang dimaksud dengan *tangible* adalah suatu lingkungan dimana jasa disampaikan sehingga perusahaan dan konsumennya berinteraksi. Komponen *tangible* akan memfasilitasi komunikasi tersebut. Komponen-komponen dimensi *tangible* tersebut meliputi penampilan fisik seperti gedung, tempat parkir, kebersihan, kenyamanan ruangan dsb.

2) Reliability

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Dimensi ini merupakan dimensi yang cukup penting dalam menjaga kepuasan

pelanggan, karena kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

3) *Responsiveness*

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap inilah yang akan menciptakan anggapan atau persepsi yang positif dari para nasabah terhadap jasa kualitas yang diberikan. Dalam dimensi ini pihak produsen mengupayakan dan menekankan kecepatan karyawan dalam menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan konsumen.

4) *Assurance*

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku yang diupayakan oleh produsen penghasil jasa untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini cukup penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa.

5) *Emphaty*

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian keadaan konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan kepada kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini

merupakan gabungan dari akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sehingga apabila kelima aspek tersebut dapat dipenuhi oleh perusahaan jasa, maka tentunya konsumen akan merasa kebutuhannya akan pelayanan dapat terpenuhi dan juga kepercayaan konsumen terhadap pelayanan dapat meningkat. Dengan hal tersebut akan meningkatkan *image* dan citra perusahaan dimata umum dan juga meningkatkan jumlah pelanggan.

4. Produk Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediate*) tidak hanya memiliki fungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat akan tetapi juga menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Istilah kredit sering digunakan untuk bank konvensional yang berbasis kepada bunga (*interest based*) sedangkan untuk perbankan syariah menggunakan istilah pembiayaan (*financing*) yang mendasarkan pada keuntungan riil yang dikehendaki (*margin*) atau bagi hasil (*profit share*).

Pembiayaan syariah dalam definisi dan pengertiannya memiliki arti yang cukup luas. Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan: pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah keputusan atau kesepakatan antara bank dan nasabah dengan mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dan disertai imbalan bagi hasil.

Menurut Muhammad (2002: 260) mendefinisikan pembiayaan dalam arti luas dimana pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Pembiayaan dikaitkan dengan bisnis merupakan pendanaan baik aktif maupun pasif yang dilakukan oleh bank kepada nasabah, bisnis tersebut merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna memaksimalkan keuntungan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pembiayaan bank syariah adalah kesepakatan antara bank dan nasabah dengan mengembalikan uang atau tagihan yang digunakan oleh nasabah untuk melakukan aktivitas bisnis berupa jasa, perdagangan dan industri pada jangka waktu tertentu. Proses pengembaliannya berdasarkan keuntungan riil yang dikehendaki (*margin*) atau bagi hasil (*profit share*).

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, pengertian pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan:

- 1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *murabahah* dan *musyarakah*
- 2) Transaksi sewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*
- 3) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, salam dan *ishtishna*
- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk *qardh*
- 5) Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa.

b. Jenis Pembiayaan Bank Syariah

Pembiayaan perbankan syariah dalam perkembangannya dibagi dalam beberapa jenis. Hal ini didasarkan pada asas dan akad berdirinya perbankan syariah, seperti yang disampaikan Al-Harran dalam Ascarya (2008) mengungkapkan bahwa pembiayaan dalam perbankan syariah dibagi menjadi tiga:

- 1) *Return bearing finance*, yaitu bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan, ketika pemilik modal mau menanggung resiko kerugian dan nasabah juga memberikan keuntungan.
- 2) *Return free financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang tidak untuk mencari keuntungan yang lebih ditujukan kepada orang yang membutuhkan, sehingga tidak ada keuntungan yang dapat diberikan.
- 3) *Charity financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang memang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan, sehingga tidak ada klaim terhadap keuntungan.

Senada dengan yang disampaikan M. Syafi'i Antonio (2002: 160), menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal sebagai berikut.

- 1) Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi.
- 2) Pembiayaan Konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut keperluannya pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua hal berikut:

- 1) Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan: peningkatan produksi, baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif.
- 2) Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan hal tersebut.

c. Pola Pembiayaan Bank Syariah

Menurut Ascarya (2008: 123) produk pembiayaan bank syariah menggunakan pola yang berbeda. Pola-pola tersebut adalah pola bagi hasil untuk *investment financing*, pola jual beli untuk *trade financing*, pola sewa untuk *trade financing* dan pola pinjaman untuk dana talangan.

1) Pola bagi hasil

Bentuk penyaluran dana yang ditujukan untuk kepentingan investasi dalam perbankan Islam. Pelaksanaannya dilakukan berdasarkan akad bagi hasil yang secara umum dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu *mudharabah* dan *musyarakah*.

a) *Mudharabah*

Landasan hukum mengenai *mudharabah* terdapat dalam undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan

yakni pada pasal 1 ayat (13). Ayat tersebut mendefinisikan mengenai prinsip syariah dimana *mudharabah* merupakan salah satu akad yang dipakai dalam produk pembiayaan perbankan syariah.

Mudharabah merupakan wahana utama bagi lembaga keuangan Islam untuk memobilisasi dana masyarakat dan menyediakan berbagai fasilitas, antara lain fasilitas pembiayaan. *Mudharabah* sebagai akad dilakukan antara pemilik modal dengan pengelola dimana keuntungan disepakati diawal untuk dibagi bersama dan kerugian ditanggung oleh pemilik modal.

b) *Musyarakah*

Landasan hukum mengenai *musyarakah* terdapat dalam undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan yakni pada pasal 1 ayat (13). Pada pasal tersebut mendefinisikan mengenai prinsip syariah, dimana *musyarakah* merupakan salah satu akad yang dipakai dalam produk pembiayaan perbankan syariah.

Musyarakah adalah kemitraan antara bank dan nasabah untuk bersama-sama memberikan modal dengan cara membeli saham untuk membiayai investasi. Pada sistem *musyarakah* dua atau lebih mitra menyumbang untuk memberikan modal guna membiayai suatu investasi. Bank syariah disini memiliki

peran memberikan fasilitas *musyarakah* kepada nasabahnya yang berpartisipasi dalam suatu proyek yaitu dengan cara membeli saham (*equity shares*).

Hasil keuntungan dari *musyarakah* juga diatur sama halnya dengan *mudharabah*, sesuai dengan pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing*). Meskipun memiliki aturan yang sama dengan *mudharabah*, tetap ada perbedaan dalam sistem pembagian keuntungan dalam *musyarakah*. Keuntungan *musyarakah* dibagi menurut proporsi yang sudah ditentukan dan kedua pihak pun memikul risiko kerugian finansial. Hal ini berbeda dengan *mudharabah* yang tidak memungkinkan bank dalam kedudukan sebagai *shahib Al-mal* turut campur tangan dalam pengelolaan perusahaan.

2) Pola jual beli

Proses jual beli ini sebagai sebuah perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan hak atas sesuatu barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli mempunyai landasan hukum yang dapat kita jumpai dalam Al-Qur'an, Sunah dan Ijmak. Dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 mengungkapkan bahwa:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan (jual-beli) yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.

a) *Murabahah*

Pengaturan mengenai pembiayaan *murabahah* terdapat pasal 1 (ayat) 13 undang-undang nomor 10 tahun 1998 dan mengenai ketentuan teknis dijumpai dalam pasal 36 huruf b PBI No.6/24/PBI/2004. Pembiayaan *murabahah* juga diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 04/DSN-MUI/IV/2000 yang intinya menyatakan bahwa guna memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraannya bank syariah perlu memiliki fasilitas *murabahah* bagi yang memerlukannya.

Murabahah adalah jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan cicilan. Pada perjanjiannya bank membiayai pembelian barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli barang itu dari pemasok barang dan kemudian menjualnya kepada nasabah tersebut dengan menambahkan suatu *mark-up* atau keuntungan. Dengan kata lain, penjualan barang oleh bank kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost-plus profit*.

b) *Bai' Salam*

Salah satu jenis akad jual beli yang lainnya adalah *Bai' Salam*. *Bai' Salam* berbeda dengan *murabahah*. Pada *bai' salam* pembayaran harga barang dilakukan kemudian setelah barang diserahkan kepada pembeli. Pembayaran harga barang dilakukan dimuka sebelum barang diserahkan kepada pembeli. Proses jual beli bukan didasarkan atas *fee* akan tetapi berdasarkan keuntungan (*margin*). Dalam fatwa DSN NO.05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam memiliki ketentuan-ketentuan dalam pengaturan jual beli salam, antara lain ketentuan pembayaran, ketentuan tentang barang, ketentuan tentang sistem paralel dan penyerahan barang.

Ketentuan implementasi akad salam dalam praktik perbankan syariah diatur secara teknis dalam pasal 11 Peraturan Bank Indonesia No 7/46/PBI/2005, dimana inti dari pasal tersebut adalah:

- (1) Bank Membeli barang dari nasabah dengan spesifikasi, kualitas, jumlah, jangka waktu, tempat dan harga yang disepakati.
- (2) Pembayaran harga oleh bank kepada nasabah harus dilakukan secara penuh pada saat akad disepakati.
- (3) Pembayaran oleh Bank kepada nasabah tidak boleh dalam bentuk pembebasan kewajiban nasabah kepada bank.

- (4) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya sesuai dengan kesepakatan.
- (5) Bank sebagai pembeli tidak boleh menjual barang yang belum diterima
- (6) Dalam rangka meyakinkan bahwa penjual dapat menyerahkan barang sesuai kesepakatan maka bank dapat meminta jaminan pihak ketiga sesuai ketentuan yang berlaku.
- (7) Bank hanya dapat memperoleh keuntungan atau kerugian pada saat barang yang dibeli bank telah terjual kepada pihak lain, kecuali terdapat perubahan harga pasar terhadap perolehan, sebelum barang dijual kepada pihak lain.

c) *Istishna*

Produk pembiayaan bank syariah selain *murabahah* dan *salam* adalah *ishtishna*. *Ishtishna* sebagai salah satu akad yang didasarkan pada akad jual beli dibedakan menjadi dua jenis, dimana masing-masing harus memenuhi persyaratan yang ditentukan, yaitu pembiayaan *istishna* dan pembiayaan *istishna parallel*.

3) Pola sewa

Perbankan syariah dalam menjalankan usahanya juga menawarkan produk pembiayaan dengan akad sewa menyewa

(*Ijarah*). *Ijarah* adalah transaksi sewa menyewa suatu barang atau jasa dalam suatu waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa. Pada prosesnya *ijarah* adalah suatu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Landasan hukum perjanjian sewa menyewa ini dapat kita jumpai dalam Al-Qur'an surat *Al-Baqarah* ayat 233 yang berbunyi:

﴿ وَالْوَالِدَاتُ يُرْضِعْنَ أَوْلَادَهُنَّ حَوْلَيْنِ كَامِلَيْنِ لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يُنَّمَّ الرِّضَاعَةَ وَعَلَى الْمَوْلُودِ لَهُ رِزْقُهُنَّ وَكِسْوَتُهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ لَا تُكَلَّفُ نَفْسٌ إِلَّا وُسْعَهَا لَا تُضَارَّ وَالِدَةٌ بِوَالِدِهَا وَلَا مَوْلُودٌ لَهُ بِوَالِدِهِ وَعَلَى الْوَارِثِ مِثْلُ ذَلِكَ فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنْ تَرَاضٍ مِّنْهُمَا وَتَشَاوُرٍ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُم بِالْمَعْرُوفِ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴾



Artinya: “Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh oranglain maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurutmu yang patut. Bertaqwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”

Sebagai suatu akad sewa menyewa, *ijarah* merupakan salah satu produk pembiayaan yang dimanfaatkan oleh bank syariah sebagai produk penyaluran dana bagi masyarakat. Walaupun pada praktiknya dilapangan sebagian besar belum banyak dilakukan oleh bank syariah. Produk penyaluran dana bank syariah sebagian besar berupa produk *murabahah* dan *mudharabah*.

4) Pola pinjaman

Perbankan syariah sebagai salah satu lembaga keuangan, dalam menjalankan usahanya tidak hanya mengemban misi bisnis, akan tetapi juga mengemban misi sosial dalam hal produknya. Salah satu produk perbankan syariah yang bersifat sosial ini adalah *Qardh*. *Qardh* adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan, dimana dalam sumber dananya *qardh* memanfaatkan bagian modal LKS atau keuntungan LKS yang disisihkan. Dalam fikih klasik, *al-qadrah* dikategorikan dalam akad *taawuniah* yang berdasar prinsip tolong menolong. Landasan syariah atas produk *qardh* terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Hadid ayat 11, dalam surat tersebut berbunyi:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفَهُ لَهُ لَهُ أَجْرٌ كَرِيمٌ ﴿١١﴾

Artinya: “Siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, Allah akan melipatgandakan (balasan) pinjaman itu untuknya dan dia akan memperoleh pahala yang banyak.

Sebagai salah satu produk pembiayaan dari bank syariah, *Qardh* merupakan salah satu produk yang dibuat untuk tujuan sosial, bukan untuk mencari keuntungan semata, bahkan dalam *qardh al-hasan*, pada dasarnya seorang yang berhutang tidak berkewajiban

untuk mengembalikan pinjamannya, karena memang ditujukan untuk orang-orang yang benar-benar membutuhkan.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh:

1. Jurnal dari Sakti Hutabarat (2010) yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah di Pekanbaru”. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa: (1) Fasilitas, layanan, produk dan promosi memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan menjadi nasabah. (2) Fasilitas terhadap keputusan menabung memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu $2,282 > 1,300$, sedangkan layanan terhadap keputusan menabung memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu $2,145 > 1,300$, sedangkan produk terhadap keputusan menabung memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu $2,623 > 1,300$. Dalam penelitian Sakti Hutabarat ini memiliki kesamaan variabel bebas yaitu pelayanan dan produk dan variabel terikat yaitu keputusan menjadi nasabah.
2. Skripsi dari Sudartik (2009) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan periklanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada PT BPR Semarang Margatama Gunadan”. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa: (1) Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan menabung. Kualitas

pelayanan terhadap keputusan menabung memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu $3,215 > 0,002$. (2) Periklanan memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan menabung. Periklanan terhadap keputusan menabung memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu $8,934 > 0,002$. Dalam penelitian Sudartik memiliki kesamaan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan variabel terikat yaitu keputusan menjadi nasabah.

3. Jurnal dari Asih Fitri Cahyani (2013) dengan judul “Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang” membuktikan bahwa persepsi nasabah tentang bunga bank terhadap minat menabung memiliki koefisien determinasi sebesar 0,132 atau 13,2% dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu $3,853 > 1,984$, sedangkan kualitas pelayanan dan minat menabung memiliki koefisien determinasi sebesar 0,223 atau sebesar 22,3% dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu $5,300 > 1,9845$. Setelah itu secara bersama-sama persepsi bunga bank dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap minat menabung dimana ditunjukkan dengan harga koefisien determinasi sebesar 0,520 atau 52,0% dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan taraf signifikansi sebesar 5% yaitu $17,941 > 3,09$. Dalam penelitian Asih Tri Cahyani ini memiliki kesamaan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan minat menjadi nasabah.

C. Kerangka Berpikir

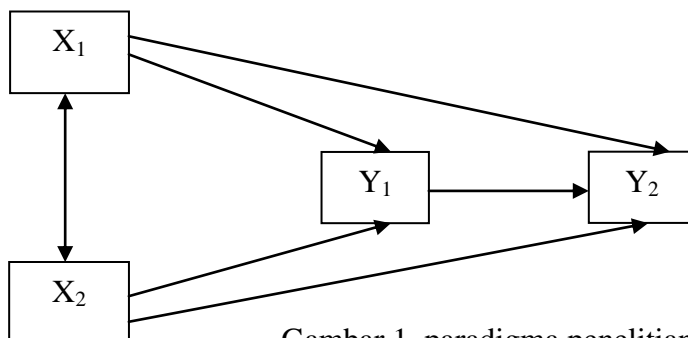
Indonesia sebagai negara yang didominasi oleh penduduk muslim memiliki potensi yang cukup besar dalam perkembangan perbankan syariah. Perbankan syariah di Indonesia dimulai tahun 1992 pada saat itu bank syariah yang pertama berdiri adalah bank Muamalat. Perkembangan bank syariah tiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Berdasarkan data yang didapat dari statistik Bank Indonesia sampai September 2013 jumlah kantor pusat bank syariah mengalami peningkatan sebesar 4,6%, kantor cabang pembantu 14,2% serta kantor kas 5,6%. Peningkatan tersebut juga diimbangi dengan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan perbankan syariah sebesar 9,5%.

Perkembangan tersebut tentu menjadi kabar baik bagi Indonesia sebagai salah satu negara muslim terbesar di dunia. Permasalahannya adalah bank syariah di Indonesia belum mampu bersaing dengan bank konvensional, sampai September 2013 jumlah aset bank syariah masih jauh tertinggal dari bank konvensional, masalah lain adalah FDR yang dimiliki oleh bank syariah di beberapa Provinsi masih kurang dari 70%. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan dalam pengelolaan bank syariah. Daerah yang memiliki FDR cukup rendah adalah Daerah Istimewa Yogyakarta, FDR yang dimiliki Yogyakarta hanya 79,36%.

Berdasarkan uraian data tersebut menunjukkan ada permasalahan dalam pengelolaan bank syariah di Indonesia khususnya Yogyakarta. Potensi kota Yogyakarta dalam perkembangan bank syariah sebenarnya cukup baik,

sebagai salah satu kota pelajar dapat menjadi keuntungan tersendiri bagi Yogyakarta. Upaya yang dilakukan pihak pengelola bank syariah dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan pengenalan produk pembiayaan bank syariah. Kualitas pelayanan mencakup empat aspek yaitu *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Sedangkan produk pembiayaan lebih pada pengenalan kepada nasabah tentang produk pembiayaan bank syariah serta perbedaannya dengan pembiayaan bank konvensional.

Dari uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mencari hubungan antara kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini terdiri dua variabel terikat yaitu minat menjadi dan keputusan menjadi nasabah, dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan produk pembiayaan. Selanjutnya kedua variabel bebas tersebut diduga mempengaruhi minat dan keputusan menjadi nasabah, dimana minat menjadi nasabah disini diposisikan sebagai variabel intervening. Berdasarkan kerangka berpikir di atas, paradigma penelitian ini adalah:



Gambar 1. paradigma penelitian

Keterangan:

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Produk Pembiayaan

Y_1 : Minat Menjadi Nasabah

Y_2 : Keputusan Menjadi Nasabah

→ : Garis Regresi

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan deskripsi teori, hasil-hasil penelitian yang relevan dan kerangka berpikir di atas, dapat ditarik hipotesis penelitian yang berupa jawaban sementara dari masalah penelitian yang telah dirumuskan yaitu sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan bank syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta
2. Ada pengaruh positif yang signifikan produk pembiayaan bank syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta
3. Ada pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan bank syariah terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta.
4. Ada pengaruh positif yang signifikan produk pembiayaan bank syariah terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta.
5. Ada pengaruh positif yang signifikan minat menjadi nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal. Husein Umar (2011: 30) menjelaskan bahwa penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel dengan variabel lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan bank syariah terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah kota Yogyakarta.

Analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk mengukur variabel bebas dan terikat dengan menggunakan angka-angka yang diolah melalui analisis statistik.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Kota Yogyakarta, dimana jumlah bank syariah yang ada di Kota Yogyakarta berjumlah sepuluh bank syariah. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Maret 2014 – April 2014.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh bank umum syariah yang ada di Kota Yogyakarta yang berjumlah sepuluh bank syariah. Adapun daftar bank tersebut adalah:

Tabel 1: Daftar Bank Syariah Kota Yogyakarta

No	Nama Bank	Alamat
1	Danamon Syariah	Jln. P. Diponegoro 97, Yogyakarta
2	Permata Syariah	Jln. Brigjend Katamso 178B Yogyakarta
3	BPD Syariah	Jln. Tentara Pelajar No.7 Yogyakarta
4	Bank Muamalat Syariah	Jln. Kapt. Piere Tandean Wirobrajan
5	BTN Syariah	Kota Baru, Gondokusuman, Yogyakarta
6	BRI Syariah	Jln. Yos Sudarso No.1, Yogyakarta
7	BNI Syariah	Jln. Kusumanegara No. 112, Umbulharjo
8	Bank Syariah Mandiri	Jln. Cik Di Tiro No 1, Yogyakarta
9	Bank Mega Syariah	Jln. Mangkubumi No. 71, Yogyakarta
10	Bukopin Syariah	Jln. M.T Haryono No.7 Yogyakarta

Sumber : Bank Indonesia Yogyakarta

2. Sampel

Sampel bank syariah di Yogyakarta ditentukan dengan menggunakan yaitu *simple random sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan jumlah kantor cabang bank syariah. Berdasarkan peringkat jumlah kantor cabang yang tersedia terdapat empat bank syariah dengan jumlah kantor cabang terbanyak yaitu, Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat, Bank BNI Syariah dan Bank BRI Syariah.

Penentuan jumlah sampel responden menggunakan *kuota sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan (Sugiyono , 2012: 85). Alasan penggunaan *kuota sampling* ini dikarenakan jumlah nasabah yang ada sangat banyak sehingga perlu ditentukan jumlah sampel yang akan digunakan. Adapun jumlah kuota dari masing-masing bank adalah sebagai berikut:

Tabel 2: Daftar Sampel Penelitian

No	Nama Bank	Jumlah Kantor Cabang	Jumlah Sampel Nasabah
1	Bank Syariah Mandiri	9	25
2	Bank Muamalat	7	25
3	Bank BNI Syariah	3	25
4	Bank BRI Syariah	7	25
Jumlah			100

Sumber: *yellowpages.co.id*

D. Variabel Penelitian

Pengertian variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009: 38). Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* atau terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan sebagai X_1 , produk pembiayaan sebagai X_2 .
2. Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah minat menjadi nasabah sebagai Y_1 dan keputusan menjadi nasabah sebagai Y_2 . Minat sebagai nasabah disini menjadi variabel intervening.

E. Definisi Operasional

Untuk memberikan arah pada penelitian ini, penulis memberikan definisi operasional atas variabel penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Bank Syariah

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini lebih kepada persepsi atau carap pandang nasabah tentang pelayanan yang telah dilakukan oleh pihak bank syariah dalam melayani nasabah dalam aktivitas perbankan. Persepsi ini diukur berdasarkan pendapat nasabah tentang pelayanan bank dari lima aspek dimensi yaitu *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

2. Produk Pembiayaan Bank Syariah

Produk pembiayaan dalam penelitian ini lebih kepada persepsi nasabah tentang ketertarikan mereka kepada produk pembiayaan bank syariah itu sendiri, yang memang memiliki perbedaan yang cukup mendasar dengan bank konvensional. Sehingga dalam penilaian indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah pendapat nasabah tentang pembiayaan bank syariah yang lebih adil, pembiayaan bank syariah yang lebih menarik dan manfaat yang mereka dapatkan dari pembiayaan bank syariah.

3. Minat Menjadi Nasabah

Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ketertarikan nasabah pada kualitas pelayanan bank syariah dan produk pembiayaan bank syariah, yang menimbulkan minat mereka untuk ikut berpartisipasi

secara langsung dalam aktivitas perbankan syariah. Sehingga dalam penilaian indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah pendapat nasabah tentang perhatian mereka kepada bank syariah, adanya perasaan senang terhadap pelayanan yang diberikan bank syariah dan adanya keinginan atau dorongan untuk menjadi nasabah bank syariah.

4. Keputusan Menjadi Nasabah

Keputusan menjadi nasabah dalam penelitian ini adalah proses pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah hal ini didasarkan dari rasa ketertarikan yang muncul oleh nasabah, hal tersebut didasari karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah serta produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah. Sehingga dalam mengukur variabel tersebut maka indikator dalam keputusan menjadi nasabah adalah persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan, persepsi nasabah tentang produk yang ditawarkan serta persepsi nasabah tentang fasilitas.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket (Kuesioner)

Angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009: 109). Angket yang peneliti gunakan adalah angket tertutup, yaitu angket yang sudah disediakan jawabannya sehingga tinggal memilih (Suharsimi Arikunto, 2006: 152). Angket dalam penelitian ini digunakan untuk

mengukur persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan, produk pembiayaan, minat dan keputusan menjadi nasabah.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencatat data dari dokumen-dokumen dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperoleh jumlah nasabah dalam bank syariah.

G. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan sebagai pengumpul data adalah angket (kuesioner). Angket tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus diisi oleh anggota yang dijadikan obyek penelitian. Instrumen terdiri dari: instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan, instrumen untuk mengukur produk pembiayaan, instrumen untuk mengukur minat menjadi nasabah dan instrumen untuk mengukur keputusan menjadi nasabah. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menyusun instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

1. Membuat Kisi-kisi Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel bebas dan terikat, adapun kisi-kisinya adalah sebagai berikut:

Table 3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	No Item	Jumlah
1	Kualitas Pelayanan	a. Bukti langsung b. Keandalan c. Daya Tanggap d. Jaminan e. Empati	1,2,3*, 4 5,6*, 7,8 9,10* 11,12	12
2	Produk Pembiayaan	a. Produk pembiayaan lebih menarik b. Produk pembiayaan lebih menguntungkan	1,2,3,4 5,6,7,8	8
3	Minat Menjadi Nasabah	a. Adanya perasaan senang terhadap pelayanan bank syariah b. Adanya ketertarikan terhadap produk pembiayaan bank syariah c. Adanya keinginan atau dorongan untuk menjadi nasabah bank syariah	1,2,3 4,5,6 7,8,9	9
4	Keputusan menjadi nasabah	a. Persepsi nasabah melihat fasilitas yang tersedia di bank syariah b. Kepuasan akan produk yang ditawarkan c. Pertimbangan kualitas pelayanan	1,2*,3 4,5,6 7,8*,9	9
Jumlah				38

(*) Pernyataan Negatif

2. Penghitungan Skor

Skala penghitungan yang digunakan adalah skala likert. Model skala likert yang digunakan adalah lima kriteria yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan bentuk *checklist*. Pedoman perhitungan skor setiap alternatif jawaban pada instrumen

kualitas pelayanan, produk pembiayaan, minat dan keputusan menjadi nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Pernyataan positif dan negatif

Pernyataan Positif (+)		Pernyataan Negatif (-)	
Alternatif Jawaban	skor	Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4	Sangat Setuju	1
Setuju	3	Setuju	2
Kurang Setuju	2	Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	1	Tidak Setuju	4

Sumber: sugiyono (2009: 94)

H. Uji Coba Instrumen

Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan reabilitas instrumen tersebut. Instrumen tersebut perlu diuji untuk mengetahui apakah butir-butir yang tertera pada angket sudah memadai dan cocok dengan keadaan dilapangan.

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi begitu juga sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2010: 211)

Untuk mengukur validitas instrumen tersebut, penulis menggunakan rumus korelasi *product momen* yang dikemukakan oleh Karl Pearson. Syarat yang digunakan untuk validitas adalah jika $r_{xy} = 0,300$. Jika terjadi korelasi skor butir dengan skor total $< 0,300$, maka butir instrumen tersebut dikatak tidak valid. Sebaliknya, jika $> 0,300$, maka

butir instrumen tersebut dikatakan valid. Berdasarkan uji validitas instrumen, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan

Instrumen kualitas pelayanan terdiri dari 12 item pertanyaan. Setelah dilakukan analisis validitas, diperoleh 10 item yang dinyatakan valid dan dua dinyatakan gugur yaitu butir 1 dan 4. Hal itu dapat ditunjukkan oleh tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan

No	Koefisien Validitas	Keterangan
1	0,097	Tidak Valid
2	0,443	Valid
3	0,514	Valid
4	0,232	Tidak Valid
5	0,594	Valid
6	0,532	Valid
7	0,621	Valid
8	0,452	Valid
9	0,525	Valid
10	0,350	Valid
11	0,453	Valid
12	0,464	Valid

Sumber: Lampiran 2 data diolah

b. Validitas Instrumen Produk Pembiayaan

Instrumen produk pembiayaan terdiri dari 8 item pertanyaan. Setelah dilakukan analisis validitas, diperoleh 6 item yang dinyatakan valid dan dua dinyatakan gugur yaitu butir 1 dan 3. Hal itu dapat ditunjukkan oleh tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Validitas Instrumen Produk Pembiayaan

No	Koefisien Validitas	Keterangan
1	0,260	Tidak Valid
2	0,417	Valid
3	0,151	Tidak Valid
4	0,385	Valid
5	0,718	Valid
6	0,794	Valid
7	0,618	Valid
8	0,485	Valid

Sumber: Lampiran 2 data diolah

c. Validitas Instrumen Minat Menjadi Nasabah

Instrumen minat menjadi nasabah terdiri dari 9 item pertanyaan. Setelah dilakukan analisis validitas, diperoleh 9 item yang dinyatakan valid. Hal itu dapat ditunjukkan oleh tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Validitas Instrumen Minat Menjadi Nasabah

No	Koefisien Validitas	Keterangan
1	0,457	Valid
2	0,464	Valid
3	0,434	Valid
4	0,631	Valid
5	0,551	Valid
6	0,524	Valid
7	0,372	Valid
8	0,550	Valid
9	0,656	Valid

Sumber: Lampiran 2 data diolah

d. Validitas Instrumen Keputusan Menjadi Nasabah

Instrumen keputusan menjadi nasabah terdiri dari 9 item pertanyaan. Setelah dilakukan analisis validitas, diperoleh 9 item yang dinyatakan valid. Hal itu dapat ditunjukkan oleh tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Validitas Instrumen Keputusan Menjadi Nasabah

No	Koefisien Validitas	Keterangan
1	0,656	Valid
2	0,559	Valid
3	0,443	Valid
4	0,403	Valid
5	0,583	Valid
6	0,415	Valid
7	0,434	Valid
8	0,360	Valid
9	0,565	Valid

Sumber: Lampiran 2 data diolah

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Suatu instrumen dikatakan mempunyai reliabilitas tinggi apabila instrumen tersebut sudah cukup dipercaya dan dapat diandalkan untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Suharsimi Arikunto, 2010: 221).

Uji reabilitas angket dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's alpha*. Rumus *Cronbach's alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0. Pengintepretasian hasil uji coba instrumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Intepretasi nilai r

Besarnya nilai r	Intepretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak Rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah (Tidak Berkorelasi)

Instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,600. Jika koefisien *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,600 maka instrumen tersebut tidak reliabel. Setelah dilakukan uji reabilitas yang dilakukan SPSS 21.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 10. Reabilitas Instrumen

No	Instrumen	<i>Cronbach's Alpha</i>
1	Kualitas Pelayanan	0,791
2	Produk Pembiayaan	0,807
3	Minat Menjadi Nasabah	0,812
4	Keputusan Menjadi Nasabah	0,792

Sumber: Lampiran 2 data diolah

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa instrumen reliabel karena memiliki *Cronbach's Alpha* $> 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.

I. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari lapangan sebelumnya dianalisis terlebih dahulu sebagai persyaratan hipotesis, dalam penelitian ini dimana peneliti menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*), terlebih dahulu dilaksanakan analisis deskriptif yang meliputi mean, median, modus dan standar frekuensi kemudian dilakukan uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas, uji linearitas dan uji multikolinearitas. Selanjutnya, analisis data dengan menggunakan analisis jalur dilakukan dan pengolahan datanya menggunakan bantuan komputer program AMOS (*Analysis of Moment Structure*) dengan versi 18.

1. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang bersangkutan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan nilai *critical ratio skewness*. Data dikatakan normal jika nilai c.r. (*critical ratio skewness*) memiliki syarat $-1,96 < c,r, < 1,96$. Berarti bahwa asumsi normalitas ditolak pada taraf signifikansi 0,05 (Augusty Ferdinand, 2005: 140).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat terdapat linearitas atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut, kedua variabel harus diuji dengan menggunakan uji F pada taraf signifikansi 5%. Jika nilai sig F tersebut kurang dari 0,005 maka hubungannya tidak linear, sedangkan jika nilai sig F lebih besar dari atau sama dengan 0,05 maka hubungannya linear (Ali Muhson 2009).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

Untuk menguji terjadi tidaknya multikolinearitas antar variabel bebas dengan menyelidiki besarnya interkorelasi antar variabel independen. Multikolinearitas dapat dideteksi nilai *varians inflation factor (VIF)*. Jika nilai *VIF* tersebut kurang dari 4 maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai *VIF* lebih dari 4 maka terjadi multikolinearitas (Ali Muhson, 2009)

2. Analisis Data

Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur adalah merupakan pengembangan dari analisis regresi, sehingga analisis regresi dapat dikatakan sebagai bentuk khusus dari analisis jalur. Oleh sebab itu, sebelum mempelajari analisis jalur, maka terlebih dahulu harus difahami konsep dasar analisis regresi dan korelasi” (Sugiyono, 2010: 297). Analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (bukan bentuk hubungan interaktif atau *reciprocal*). Melalui analisis jalur ini akan dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat dan singkat suatu variabel independen atau bebas menuju variabel dependen atau terikat yang terakhir. Analisis ini dilakukan dengan bantuan komputer program AMOS (*Analysis of Moment Structure*) dengan versi 18. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis jalur adalah sebagai berikut:

a. Menilai *criteria goodness-of-fit*

Sebelum dilakukan penilaian kelayakan dari model struktural, langkah yang harus dilakukan adalah menilai apakah data yang diolah tersebut memenuhi asumsi model persamaan struktural.

1) Uji asumsi dasar

Uji asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam prosedur pengumpulan dan pengolahan data yang dianalisis dengan permodelan *structural equation modeling* (SEM) adalah sebagai berikut:

- a) Observasi data independen
- b) Responden diambil secara random
- c) Memiliki hubungan linier

Selain itu juga dilakukan uji normalitas dan multikolinieritas.

2) Uji *offending estimate*

Uji ini dilakukan untuk melihat ada tidaknya *Offending estimate* yaitu estimasi koefisien baik dalam model struktural maupun model pengukuran yang lainnya di atas batas yang dapat diterima. Terjadi *offending estimate* ditunjukkan oleh:

- a) *Variance error* yang negatif atau non-signifikan *error variance* untuk konstruk.
- b) *Standardized coefficient* yang mendekati 1,0.
- c) Adanya standar error yang tinggi

Seandainya terjadi *offending estimate*, maka penelitian harus menghilangkannya terlebih dahulu sebelum penilaian kelayakan model (Imam Ghozali, 2008: 65).

3) **Penilaian *overall model fit***

Penilaian *overall model fit* merupakan mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya (matrik kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan (*proposed model*).

a) ***Likelihood Overall Model Fit***

Ukuran fundamental dari *overall fit* adalah *likelihood-ratio chi square*. Nilai *chi-square* yang tinggi relative terhadap *degree of freedom* menunjukkan bahwa matrik *kovarian* atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata dan ini menghasilkan *probabilitas (P)* lebih kecil dari tingkat signifikansi. Sebaliknya, nilai *chi-square* yang kecil akan menghasilkan nilai *probabilitas* yang lebih besar dari tingkat signifikansi dan ini menunjukkan bahwa input matrik *kovarian* antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan. Dalam hal ini, peneliti harus mencari nilai *chi-square* yang tidak signifikan karena mengharapkan model yang diusulkan cocok atau fit dengan data observasi.

b) ***GFI (Goodness of Fit Index)***

Goodness of Fit Index adalah ukuran nonstatistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (*poor fit*) sampai 1 (*perfect fit*).

Nilai *GFI* tinggi menunjukkan *fit* yang lebih baik. Nilai yang direkomendasikan adalah $\geq 0,90$. Program AMOS akan memberikan nilai *GFI* dengan perintah `\gfi` (Imam Ghozali, 2008: 67)

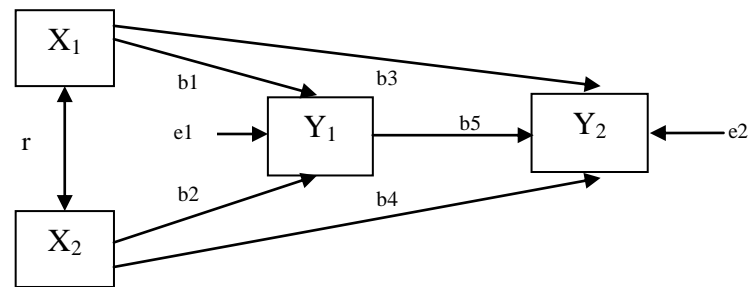
c) *RMSEA (Root Mean Square Error of Approximatio)*

Root Mean Square Error of Approximation merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik *chi-square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai *RMSEA* $< 0,05$ merupakan ukuran *good fit* sedangkan $< 0,08$ merupakan ukuran *reasonable fit* (Armando Luis Vieira, 2011: 14). Program AMOS akan memberikan nilai *RMSEA* dengan perintah `\rmsea`.

d) *AGFI (Adjusted Goodness-Of-Fit Index)*

AGFI merupakan analog dari R^2 dalam regresi berganda. Baik *GFI* apupun *AGFI* adalah kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varians dalam sebuah matriks kovarians sampel. *AGFI* yang diharapkan sebesar $\geq 0,90$. Program AMOS akan memberikan nilai *GFI* dengan perintah `\gfi` (Imam Ghozali, 2008: 67).

b. Membangun diagram jalur



Gambar 2. Diagram jalur

Keterangan:

- X_1 : Kualitas Pelayanan
 X_2 : Produk Pembiayaan
 Y_1 : Minat Menjadi nasabah
 Y_2 : Keputusan Menjadi Nasabah
 e : kesalahan pengukuran atau error variabel
 b : koefisien jalur
 \longleftrightarrow : korelasi
 \longrightarrow : hubungan kausalitas atau regresi antar variabel

c. Menterjemahkan diagram jalur ke persamaan struktural

Setelah mengembangkan model teoritis dan ditunagkan dalam diagram jalur, maka penelitian siap untuk diterjemahkan model tersebut ke dalam persamaan struktural. Langkah menterjemahkan menurut Imam Ghazali (2008:22) yaitu setiap konstruk endogen merupakan dependen variabel di dalam persamaan yang terpisah.

d. Menterjemahkan hipotesis

Cara menterjemahkan hipotesis dengan melihat *critical ratio* (CR) dan dengan nilai probabilitas dengan taraf signifikansi t-tabel sebesar 1,995 dan 0,05. Hipotesis diterima jika nilai $CR > 1.995$ dan nilai probabilitasnya $<$ taraf signifikansi 0,05. Sebaliknya, hipotesis

ditolak apabila nilai $CR < 1,995$ dan nilai probabilitasnya $>$ taraf signifikansi 0,05.

e. Menilai besarnya koefisien jalur

Untuk mengetahui besarnya nilai koefisien korelasi jalur dapat dilihat dari nilai *estimate* dan diuji dengan menggunakan nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka tidak signifikan. Sebaliknya, jika nilai probabilitas lebih dari 0,05 maka signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Data penelitian yang didapat hasil angket dari variabel kualitas pelayanan (X1), produk pembiayaan (X2), minat menjadi nasabah (Y1), keputusan menjadi nasabah (Y2). Untuk menguji pengaruh variabel bebas dan variabel terikat digunakan sampel sebanyak 100 nasabah bank syariah kota Yogyakarta.

Pada bagian ini akan dideskripsikan data dari masing-masing variabel yang diperoleh. Deskripsi disajikan meliputi nilai maksimum, nilai minimum, mean (M), modus (Mo), median (Me) dan standar deviasi (SD). Dalam mengolah data tersebut menggunakan bantuan aplikasi *SPSS 20.00 for windows*, berikut hasil rinciannya.

1. Kualitas Pelayanan

Data kualitas pelayanan terdiri dari 10 butir pertanyaan dengan responden sebanyak 100 nasabah. Untuk data variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai maksimum 40,00; nilai minimum 26,00; Mean (M) 32,010; Median (Me) 31,50; Modus (Mo) 30,00; dan Standar Deviasi (SD) 2,97292.

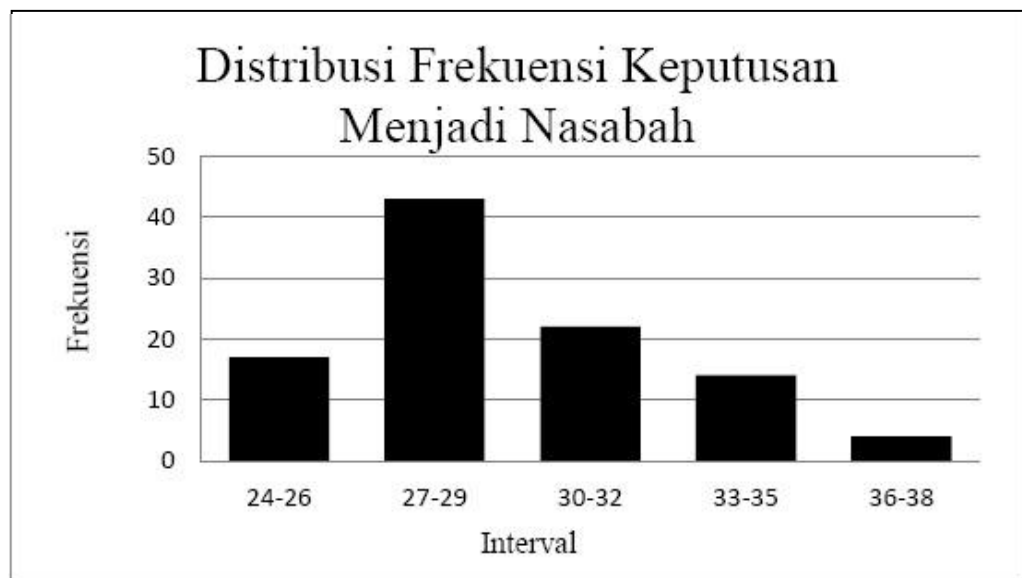
Jumlah kelas interval menggunakan 5 kelas. Rentang data sebesar $40-26 = 14$. Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu $14/5 = 2,8$ dibulatkan ke atas menjadi 3. Berikut tabel distribusi frekuensinya.

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Presentase kumulatif
1	26-28	8	8	8
2	29-31	42	42	50
3	32-34	27	27	77
4	35-37	19	19	96
5	38-40	4	4	100
Total		100	100	

Sumber: Lampiran 4 data diolah

Hasil distribusi frekuensi yang ditampilkan pada tabel di atas digambarkan dalam diagram batang sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram Batang Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

Dari tabel 11 dan gambar 3, frekuensi terbesar terletak pada kelas interval 29-31 dengan frekuensi sebanyak 42 atau sebesar 42%, sedangkan frekuensi terkecil terletak pada kelas interval 38-40 dengan frekuensi sebanyak 4 atau sebesar 4%.

Berdasarkan perhitungan kecenderungan variabel kualitas pelayanan (lihat lampiran 5), maka distribusi kecenderungan variabelnya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 12. Kategori Kecenderungan Variabel Kualitas Pelayanan

No	Kategori	Frekuensi	Presentase	Presentase Kumulatif
1	Tinggi	16	16	16
2	Sedang	84	84	100
3	Rendah	0	0	100
Total		100	100	

Sumber: Lampiran 4 data diolah

Berdasarkan tabel 12, dapat dilihat bahwa kecenderungan persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank syariah pada kategori tinggi sebanyak 16 nasabah (16%). Dari data tersebut menunjukkan bahwa 16% nasabah bank syariah menganggap kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah sangat baik. Kelompok sedang sebanyak 84 nasabah (84%). Dari data tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 84% nasabah bank syariah menganggap kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah baik, dan tidak ada nasabah yang memiliki persepsi buruk terhadap kualitas pelayanan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan baik.

2. Produk Pembiayaan

Data produk pembiayaan terdiri dari 6 butir pertanyaan dengan responden sebanyak 100 nasabah. Untuk data variabel produk pembiayaan diperoleh nilai maksimum 24,00; nilai minimum 14,00; Mean (M) 19,82; Median (Me) 20,00; Modus (Mo) 18,00; dan Standar Deviasi (SD) 2,44693.

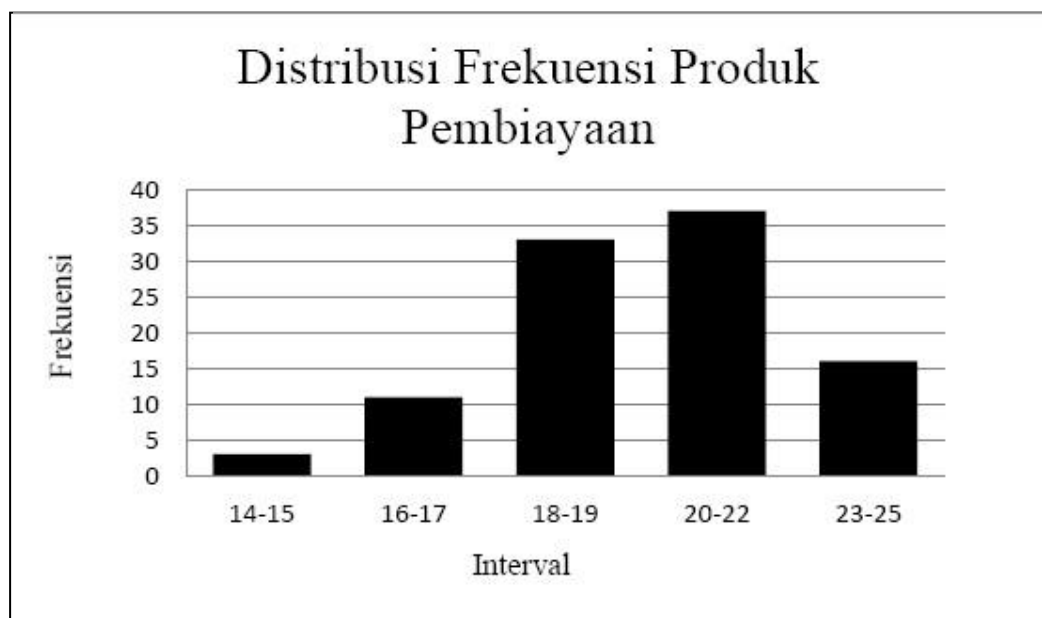
Jumlah kelas interval menggunakan 5 kelas. Rentang data sebesar $24-14 = 10$. Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu $10/5 = 2$. Berikut tabel distribusi frekuensinya.

Tabel 13. Distribusi Frekuensi Variabel Produk Pembiayaan

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Presentase kumulatif
1	14-15	3	3	3
2	16-17	11	11	14
3	18-19	33	33	47
4	20-22	37	37	84
5	23-25	16	16	100
Total		100	100	

Sumber: Lampiran 4 data diolah

Hasil distribusi frekuensi yang ditampilkan pada tabel di atas digambarkan dalam diagram batang sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Batang Frekuensi Variabel Produk Pembiayaan

Dari tabel 13 dan gambar 4, frekuensi terbesar terletak pada kelas interval 20-22 dengan frekuensi sebanyak 37 atau sebesar 37%,

sedangkan frekuensi terkecil terletak pada kelas interval 14-15 dengan frekuensi sebanyak 3 atau sebesar 3%.

Berdasarkan perhitungan kecenderungan variabel produk pembiayaan (lihat lampiran 5), maka distribusi kecenderungan variabelnya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 14. Kategori Kecenderungan Variabel Produk Pembiayaan

No	Kategori	Frekuensi	Presentase	Presentase Kumulatif
1	Tinggi	86	86	86
2	Sedang	14	14	100
3	Rendah	0	0	100
Total		100	100	

Sumber: Lampiran 5 data diolah

Berdasarkan tabel 14, dapat dilihat bahwa kecenderungan persepsi nasabah tentang produk pembiayaan bank syariah pada kategori tinggi sebanyak 86 nasabah (86%). Dari data tersebut menunjukkan bahwa 86% nasabah bank syariah menganggap bahwa produk bank syariah menarik. Sedangkan kelompok sedang sebanyak 14 nasabah (14%). Dari data tersebut menunjukkan 14% nasabah bank syariah menganggap bahwa produk pembiayaan bank syariah cukup menarik, dan tidak ada nasabah yang memiliki persepsi rendah terhadap produk pembiayaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan nasabah tentang produk pembiayaan menarik.

3. Minat Menjadi Nasabah

Data minat menjadi nasabah terdiri dari 9 butir pertanyaan dengan responden sebanyak 100 nasabah. Untuk data variabel produk pembiayaan diperoleh nilai maksimum 36,00; nilai minimum 23,00;

Mean (M) 29,31; Median (Me) 29,00; Modus (Mo) 27,00; dan Standar Deviasi (SD) 3,04078.

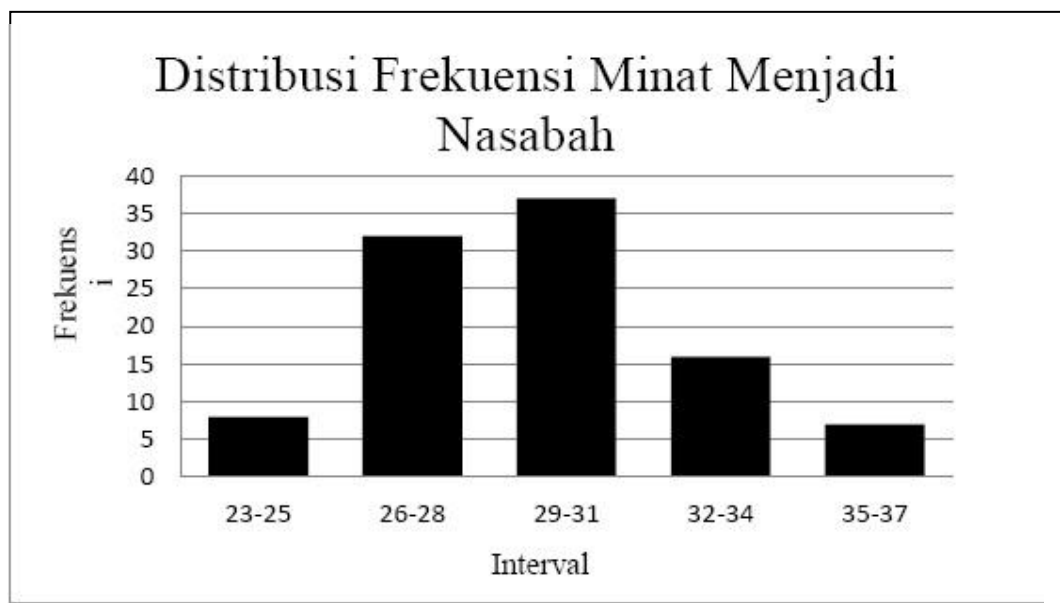
Jumlah kelas interval menggunakan 5 kelas. Rentang data sebesar $36-23 = 13$. Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu $13/5 = 2,6$ dibulatkan keatas menjadi 3. Berikut tabel distribusi frekuensinya.

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Nasabah

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Presentase kumulatif
1	23-25	8	8	8
2	26-28	32	32	40
3	29-31	37	37	77
4	32-34	16	16	93
5	35-37	7	7	100
Total		100	100	

Sumber: Lampiran 4 data diolah

Hasil distribusi frekuensi yang ditampilkan pada tabel di atas digambarkan dalam diagram batang sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Batang Frekuensi Variabel Minat Menjadi Nasabah

Dari tabel 15 dan gambar 5, frekuensi terbesar terletak pada kelas interval 29-31 dengan frekuensi sebanyak 37 atau sebesar 37%, sedangkan frekuensi terkecil terletak pada kelas interval 35-37 dengan frekuensi sebanyak 7 atau sebesar 7%.

Berdasarkan perhitungan kecenderungan variabel minat menjadi nasabah (lihat lampiran 5), maka distribusi kecenderungan variabelnya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 16. Kategori Kecenderungan Variabel Minat Nasabah

No	Kategori	Frekuensi	Presentase	Presentase Kumulatif
1	Tinggi	85	85	85
2	Sedang	15	15	100
3	Rendah	0	0	100
Total		100	100	

Sumber: Lampiran 5 data diolah

Berdasarkan tabel 16 dapat dilihat bahwa kecenderungan minat nasabah untuk menjadi nasabah di bank syariah pada kategori tinggi sebanyak 85 nasabah (85%). Dari data tersebut sebanyak 85% menunjukkan bahwa minat untuk menjadi nasabah yang tinggi apabila bank memberikan kualitas pelayanan yang baik serta melakukan pengenalan produk pembiayaan bank syariah. Kelompok sedang sebanyak 15 nasabah (15%). Dari data tersebut sebanyak 15% menunjukkan minat nasabah yang cukup setelah bank memberikan kualitas pelayanan yang baik serta melakukan pengenalan produk pembiayaan bank syariah, dan tidak ada nasabah yang memiliki minat yang rendah untuk menjadi nasabah bank syariah. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat menjadi nasabah tinggi apabila bank memberikan kualitas

pelayanan yang baik serta melakukan pengenalan produk pembiayaan bank syariah .

4. Keputusan Menjadi Nasabah

Data keputusan menjadi nasabah terdiri dari 9 butir pertanyaan dengan responden sebanyak 100 nasabah. Untuk data variabel produk pembiayaan diperoleh nilai maksimum 36,00; nilai minimum 24,00; Mean (M) 29,199; Median (Me) 28,00; Modus (Mo) 27,00; dan Standar Deviasi (SD) 3,02747.

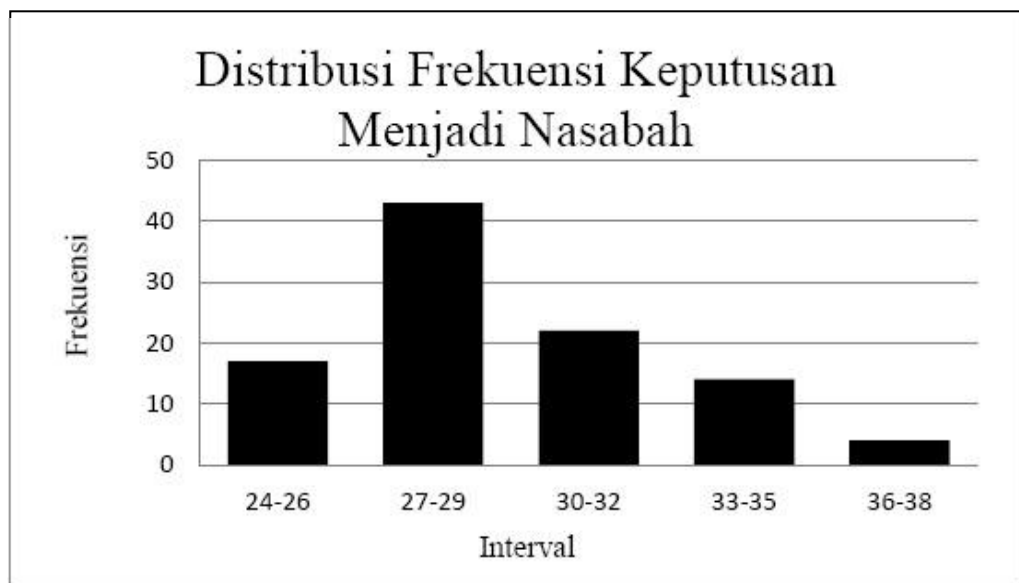
Jumlah kelas interval menggunakan 5 kelas. Rentang data sebesar $36-24 = 12$. Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu $12/5 = 2,4$ dibulatkan keatas menjadi 3. Berikut tabel distribusi frekuensinya.

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Presentase kumulatif
1	24-26	17	17	17
2	27-29	43	43	60
3	30-32	22	22	82
4	33-35	14	14	96
5	36-38	4	4	100
Total		100	100	

Sumber: Lampiran 4 data diolah

Hasil distribusi frekuensi yang ditampilkan pada tabel di atas digambarkan dalam diagram batang sebagai berikut:



Gambar 6. Diagram Batang Frekuensi Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Dari tabel 17 dan gambar 6, frekuensi terbesar terletak pada kelas interval 27-29 dengan frekuensi sebanyak 43 atau sebesar 43%, sedangkan frekuensi terkecil terletak pada kelas interval 36-38 dengan frekuensi sebanyak 4 atau sebesar 4%.

Berdasarkan perhitungan kecenderungan variabel keputusan menjadi nasabah (lihat lampiran 5), maka distribusi kecenderungan variabelnya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 18. Kategori Kecenderungan Variabel Keputusan Nasabah

No	Kategori	Frekuensi	Presentase	Presentase Kumulatif
1	Tinggi	83	83	83
2	Sedang	17	17	100
3	Rendah	0	0	100
Total		100	100	

Sumber: Lampiran 5 data diolah

Berdasarkan tabel 18 dapat dilihat bahwa kecenderungan keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah pada kategori tinggi sebanyak 83

nasabah (83%). Nasabah sebanyak 83% beranggapan bahwa dengan kualitas pelayanan serta pengenalan produk pembiayaan yang baik akan sangat mempengaruhi seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah. Kelompok sedang sebanyak 17 nasabah (17%). Nasabah sebanyak 17% beranggapan bahwa dengan kualitas pelayanan serta pengenalan produk pembiayaan yang baik cukup mempengaruhi seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah dan tidak ada nasabah yang memiliki kecenderungan rendah untuk memutuskan menjadi nasabah bank syariah. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan kualitas pelayanan serta pengenalan produk pembiayaan yang baik akan sangat mempengaruhi seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah.

B. Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dari masing-masing variabel merupakan variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan melihat *critical ratio skewness*. Data dapat dikatakan normal jika nilai *critical ratio skewness* memiliki syarat $-1,96 < c.r. < 1,96$ pada taraf signifikansi 5%. Hasil dari uji normalitas ditunjukkan pada tabel dibawah ini

Tabel 19. Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X2	14	24	-0,127	-0,519	-0,759	-1,55
X1	26	40	0,542	2,213	-0,066	-0,134
Y1	23	36	0,281	1,148	-0,328	-0,67
Y2	24	36	0,608	2,481	-0,583	-1,19
Multivariate					1,994	1,439

Sumber: Lampiran 6 data diolah

Berdasarkan tabel uji normalitas di atas, menunjukkan c.r pada kolom *multivariate* sebesar 1,439 sehingga dapat dikatakan data berdistribusi secara normal. Dengan demikian data dapat digunakan untuk estimasi selanjutnya.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas dan terikat bersifat linear. Kriteria yang digunakan untuk mengukurnya adalah menggunakan uji F. Jika nilai sig F $\geq 0,05$ maka hubungannya bersifat linear. Hasil uji linearitas data ditunjukkan oleh tabel di bawah ini.

Tabel 20. Uji Linearitas

Jalur	F	Sig	Keterangan
X1 \rightarrow Y1	1,721	0,072	Linear
X2 \rightarrow Y1	0,538	0,843	Linear
X1 \rightarrow Y2	0,467	0,937	Linear
X2 \rightarrow Y2	1,697	0,101	Linear
Y1 \rightarrow Y2	1,018	0,386	Linear

Sumber: Lampiran 6 data diolah

Dari tabel di atas, terlihat bahwa kelima jalur mempunyai sig F $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel bebas

dan terikat bersifat linear. Dengan demikian maka penelitian dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dideteksi nilai *varians inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF tersebut kurang dari 4 maka tidak akan terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas data ditunjukkan oleh tabel di bawah ini.

Tabel 21. Uji Multikolinearitas

Model		Colinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	0,867	1,153
	Produk Pembiayaan	0,867	1,153
Dependen variable: Minat Menjadi Nasabah			
Model		Colinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
2	Kualitas Pelayanan	0,827	1,209
	Produk Pembiayaan	0,620	1,613
	Minat Menjadi Nasabah	0,612	1,633
Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah			

Sumber: Lampiran 6 data diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini karena nilai VIF kurang dari 4, sehingga memenuhi syarat tidak adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi.

C. Uji Hipotesis

1. Menilai Kriteria *Godness of Fit*

a. Uji *Offending Estimate*

Berdasarkan hasil uji *offending estimate* maka dapat diketahui bahwa:

1) Nilai *variance error* semua bernilai positif, yaitu:

Tabel 22. Variance Error

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X1	8,750	1,244	7,036	***	
X2	5,928	,843	7,036	***	
e1	5,607	,797	7,036	***	
e2	4,509	,641	7,036	***	

Sumber: Lampiran 7 data diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa *variance error* pada kolom estimate tidak bernilai negatif yaitu e1 5,607 dan e2 sebesar 4,509.

2) *Standardized coefficient* yang jauh dari mendekati 1,0 yang terlihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 23. Standardized Regression Weight

	Estimate
Y1 <--- X1	0,185
Y1 <--- X2	0,531
Y2 <--- X1	0,415
Y2 <--- X2	0,263
Y2 <--- Y1	0,216

Sumber: Lampiran 7 data diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa *standardized coefficient* untuk masing-masing jalur jauh dari 1,0.

3) Tidak adanya *standard error* yang tinggi (mendekati 1,00). Nilai *standar error* (S.E) tidak ada yang mendekati 1,00 yaitu masing-masing 0,086; 0,105; 0,079; 0,111; 0,090 (lihat pada tabel 26).

Dari hasil uji *offending estimate*, menunjukkan bahwa estimasi koefisien baik dalam model struktural dan model pengukuran yang nilainya di atas batas diterima. Setelah tidak ada lagi *offending estimate* dalam model, maka langkah selanjutnya adalah melakukan penilaian *overall model fit* dengan berbagai penilaian *model fit*.

b. **Penilaian Overall Model Fit**

Penilaian *Overall Model Fit* mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya (matrik kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan (*proposed model*). Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka diperoleh indeks-indeks *goodness of fit* sebagai berikut:

Tabel 24. Kriteria Goodness of Fit

Kriteria Indeks Ukuran	Nilai Acuan	Nilai Hitung	Keterangan
<i>Chi square</i>	Rendah	0,000	Baik
Probability	$\geq 0,05$	-	-
GFI	$\geq 0,90$	1,000	Baik
RMSEA	$< 0,08$	-	-
AGFI	$> 0,90$	-	-

Sumber: Lampiran data diolah

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh *chi square* sebesar 0,000 yang menunjukkan *model fit*. Tingkat signifikansi penerimaan tidak muncul nilainya karena *degree of freedom* menunjukkan nilai 0, sedangkan yang direkomendasikan adalah $p \geq 0,05$.

GFI (Goodness of Fit Indeks) adalah ukuran nonstatistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 sampai 1. Nilai *GFI* dalam tabel di atas menunjukkan nilai 1,000 yang berarti *perfect fit*.

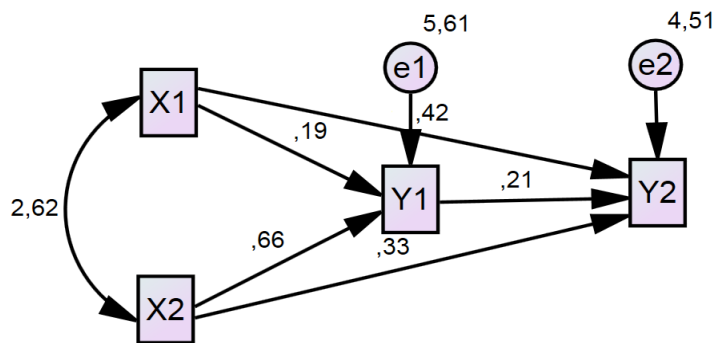
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistic *chi square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai *RMSEA* $< 0,05$ merupakan ukuran *good fit*, sedangkan $< 0,08$ merupakan *reasonable fit*. Perhitungan dalam tabel tidak menunjukkan nilainya.

AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index) merupakan analog dari R^2 dalam regresi berganda. Baik *GFI* maupun *AGFI* adalah kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari *varians* dalam sebuah matriks kovarians sampel. *AGFI* yang diharapkan sebesar $\geq 0,90$. Berdasarkan tabel di atas *AGFI* tidak menunjukkan hasilnya.

Berdasarkan hasil uji *goodness of fit*, nilai *chi square* menunjukkan *model fit* dan nilai *GFI* menunjukkan *perfect fit*, sedangkan untuk probabiliti, *RMSEA* dan *AGFI* tidak menunjukkan hasilnya. Jadi secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa model fit.

2. Analisis Jalur

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka diperoleh model jalur sebagai berikut:



Gambar 7. Model Struktur Analisis Jalur

Keterangan:

X₁ : Kualitas Pelayanan

X₂ : Produk Pembiayaan

Y₁ : Minat Menjadi nasabah

Y₂ : Keputusan Menjadi Nasabah

e1 : error untuk variabel minat menjadi nasabah

e2 : error untuk variabel keputusan menjadi nasabah

3. Uji Hipotesis

Jumlah responden yang digunakan untuk uji hipotesis sebanyak 100 nasabah. Nilai *chi square* yang dihasilkan sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa model dapat diterima. Hasil uji hipotesis tentang pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta yaitu sebagai berikut:

Tabel 25. Uji Hipotesis

Jalur	Estimate	S.E	C.R.	P
Y1 ← X1	0,189	0,086	2,194	0,028
Y1 ← X2	0,659	0,105	6,284	0,000
Y2 ← X1	0,423	0,079	5,327	0,000
Y2 ← X2	0,326	0,111	2,926	0,003
Y2 ← Y1	0,215	0,090	2,382	0,017
Variabel endogen (Y)	R^2			
Y1	0,388			
Y2	0,503			

Sumber: Lampiran 7 data diolah

Untuk menerjemahkan hipotesis yaitu dengan melihat *critical ratio* (C.R.) dan nilai probabilitas dengan taraf signifikansi t-tabel sebesar 1,995 dan 0,05. Nilai CR >1,995 dan nilai probabilitasnya < taraf signifikansi 0,05 dianggap berpengaruh positif dan signifikan (hipotesis diterima). Sebaliknya, hipotesis ditolak apabila nilai CR < 1,995 dan nilai probabilitasnya > taraf signifikansi 0,05.

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sumbangan variabel kualitas pelayanan (X1) dan produk pembiayaan (X2) secara serentak terhadap variabel minat menjadi nasabah (Y1) sebesar 0,388. Sedangkan sumbangan variabel kualitas pelayanan (X1) dan produk pembiayaan (X2) secara serentak terhadap variabel keputusan menjadi nasabah (Y2) sebesar 0,503. Adapun hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Hipotesis pertama menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap minat menjadi nasabah (Y1).

Dari hasil pengujian, diperoleh nilai koefisien jalur standar sebesar 0,185 (pada tabel 23) dan *critical ratio* sebesar 2,194 (pada tabel 25) dengan probabilitas sebesar 0,028 ($p < 0,05$) yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) dan minat menjadi nasabah (Y1). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan, meningkatkan minat menjadi nasabah di bank syariah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap minat menjadi nasabah (Y1) diterima.

- b. Hipotesis kedua menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan produk pembiayaan (X2) terhadap minat menjadi nasabah (Y1).

Dari hasil pengujian, diperoleh nilai koefisien jalur standar sebesar 0,531 (pada tabel 23) dan *critical ratio* sebesar 6,284 (pada tabel 25) dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel produk pembiayaan (X2) dan minat menjadi nasabah (Y1). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang produk pembiayaan, semakin meningkatkan juga minat menjadi nasabah di bank syariah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan produk pembiayaan (X2) terhadap minat menjadi nasabah (Y1) diterima.

- c. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y2).

Dari hasil pengujian, diperoleh nilai koefisien jalur standar sebesar 0,415 (pada tabel 23) dan *critical ratio* sebesar 5,327 (pada tabel 25) dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) dan keputusan menjadi nasabah (Y2). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan, semakin meningkatkan juga nasabah dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y2) diterima.

- d. Hipotesis keempat menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan produk pembiayaan (X2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y2).

Dari hasil pengujian, diperoleh nilai koefisien jalur standar sebesar 0,263 (pada tabel 23) dan *critical ratio* sebesar 2,926 (pada tabel 25) dengan probabilitas sebesar 0,003 ($p < 0,05$) yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel produk pembiayaan (X2) dan keputusan menjadi nasabah (Y2). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang produk pembiayaan, semakin

meningkatkan juga nasabah dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan produk pembiayaan (Y2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y2) diterima.

- e. Hipotesis kelima menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan minat menjadi nasabah (Y1) dan keputusan menjadi nasabah (Y2).

Dari hasil pengujian, diperoleh nilai koefisien jalur standar sebesar 0,216 (pada tabel 23) dan *critical ratio* sebesar 2,382 (pada tabel 25) dengan probabilitas sebesar 0,017 ($p < 0,05$) yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel minat menjadi nasabah (Y1) dan keputusan menjadi nasabah (Y2). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi minat seseorang maka, semakin besar juga kemungkinannya untuk mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan minat menjadi nasabah (Y1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y2) diterima.

4. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diperoleh pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total. Adapun hasilnya disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 26. Pengaruh langsung, Tidak Langsung, dan Total

Variabel	Pengaruh langsung		Pengaruh Tidak Langsung		Pengaruh Total	
	Y1	Y2	Y1	Y2	Y1	Y2
X1	0,185	0,415	0,000	0,040	0,185	0,455
X2	0,531	0,263	0,000	0,114	0,531	0,378
Y1	0,000	0,216	0,000	0,000	0,000	0,216

Sumber: Lampiran 7 data diolah

Besarnya pengaruh langsung kualitas pelayanan (X1) terhadap minat menjadi nasabah (Y1) adalah 0,185, sedangkan pengaruh langsung minat menjadi nasabah (Y1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y2) adalah 0,216. Sehingga pengaruh tidak langsung dari kualitas pelayanan (X1) ke minat menjadi nasabah (Y1) kemudian ke keputusan menjadi nasabah (Y2) adalah $0,185 \times 0,216 = 0,03996$ (pebulatan menjadi 0,040). Hal ini menunjukkan ada pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y2) melalui minat menjadi nasabah (Y1) sebesar 0,040. Sedangkan besar *total effect* dapat diketahui dengan menambahkan besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yaitu; $0,415 + 0,040 = 0,455$ (pada tabel 27).

Besarnya pengaruh langsung produk pembiayaan (X2) terhadap minat menjadi nasabah (Y1) adalah 0,531, sedangkan pengaruh langsung minat menjadi nasabah (Y1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y2) adalah 0,216. Sehingga pengaruh tidak langsung dari kualitas pelayanan (X1) ke minat menjadi nasabah (Y1) kemudian ke keputusan menjadi nasabah (Y2) adalah $0,531 \times 0,216 = 0,1114696$ (pebulatan menjadi 0,114). Hal ini menunjukkan ada pengaruh tidak langsung produk pembiayaan (X2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y2) melalui minat menjadi nasabah (Y1) sebesar 0,040. Sedangkan besar *total effect* dapat diketahui dengan menambahkan besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yaitu; $0,263 + 0,114 = 0,377$ (pada tabel 27).

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah dilakukan penelitian dan analisis statistik untuk menguji hipotesis, maka pada bagian ini akan dilakukan pembahasan. Untuk menjelaskan pengaruh eksogen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan produk pembiayaan (X2) terhadap minat menjadi nasabah (Y1) dan keputusan menjadi nasabah (Y2). Hasil yang ditunjukkan dalam koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sumbangan pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y1 sebesar 0,388, berarti 38,8% minat menjadi nasabah (Y1) dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan (X1) dan produk pembiayaan (X2), sedangkan sisanya 61,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Sedangkan pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan produk

pembiayaan (X2), minat menjadi nasabah (Y1) secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah (Y2) sebesar 0,503, berarti 50,3% keputusan menjadi nasabah (Y2) dipengaruhi kualitas pelayanan (X1), produk pembiayaan (X2) dan minat menjadi nasabah (Y1). Sedangkan sisanya sebesar 49,7% berasal dari faktor lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksogen kualitas pelayanan (X1) dan produk pembiayaan (Y2) memiliki pengaruh yang cukup besar dalam mempengaruhi minat (Y1) dan keputusan (Y2) menjadi nasabah bank syariah di Yogyakarta.

Pada penelitian ini menemukan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan akan meningkatkan minat seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asih Fitria Cahyani (2013), dimana dalam penelitiannya tersebut mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap minat. Seperti yang Kotler (2002:83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Jika konsumen merasa kebutuhannya dapat terpenuhi atau mampu melebihi yang diperkirakan maka semakin tinggi juga minat konsumen akan meningkat.

Oleh karena itu kualitas pelayanan berpengaruh untuk meningkatkan minat menjadi nasabah bank syariah.

Semakin tinggi persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan maka semakin besar minat untuk menjadi nasabah. Sesuai dengan fakta yang ada bahwa minat masyarakat terhadap bank syariah semakin besar sehingga memaksa Bank Indonesia (BI) mengeluarkan PBI No. 8/3/PBI/2006, dimana BI memperbolehkan bank konvensional yang telah memiliki Unit Usaha Syariah (UUS) melaksanakan transaksi syariah. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih tertarik bertransaksi dengan pola-pola pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah. Oleh karena itu produk bank syariah berpengaruh untuk meningkatkan minat menjadi nasabah bank syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah tersebut. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sudartik (2012) yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah. Philip Kotler (2002: 206) mengungkapkan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen (nasabah) dalam mengambil keputusan adalah pelayanan atau *service* yang ditawarkan bank terhadap konsumennya. Oleh karena itu peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan konsumen untuk memutuskan menjadi nasabah di bank syariah.

Semakin tinggi persepsi nasabah tentang produk pembiayaan bank syariah maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengambil keputusan menjadi nasabah bank syariah. Hal ini mendukung penelitian yang sudah dilakukan oleh Sakti Hutabarat (2010) yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan produk bank syariah terhadap keputusan menjadi nasabah. Selain itu Philip Kotler (2002: 206) mengungkapkan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen (nasabah) dalam mengambil keputusan adalah harga. Harga disini menyangkut sistem pembiayaan yang dilakukan oleh bank syariah.

Semakin tinggi minat menjadi nasabah maka semakin tinggi juga kemungkinan seseorang memutuskan untuk menjadi nasabah di bank syariah. Menurut Dessy Anwar (2001: 281) bahwa minat adalah perhatian kesukaan atau kecenderungan hati terhadap suatu hal. Apabila seseorang memiliki minat yang lebih terhadap bank syariah maka semakin tinggi juga keinginannya untuk mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Dari ketiga variabel yang diteliti yang diduga mempengaruhi keputusan menjadi nasabah yaitu kualitas pelayanan, produk pembiayaan dan minat menjadi nasabah. Ada tiga variabel yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan yaitu, kualitas pelayanan, produk pembiayaan dan minat. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh lebih dominan yaitu sebesar 41,5%, produk pembiayaan sebesar 26,3% sedangkan minat sebesar 21,6%. Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal dan internal yakni

kualitas pelayanan, produk pembiayaan dan minat menjadi nasabah memiliki pengaruh bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini dari hasil perhitungan nilai koefisien jalur standar sebesar 0,185 dan *critical ratio* sebesar 2,194 dengan probabilitas 0,028 ($p > 0,05$).
2. Ada pengaruh positif produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini dari hasil perhitungan nilai koefisien jalur standar sebesar 0,531 dan *critical ratio* sebesar 6,284 dengan probabilitas 0,000 ($p < 0,05$).
3. Ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini dari hasil perhitungan nilai koefisien jalur standar sebesar 0,415 dan *critical ratio* sebesar 5,327 dengan probabilitas 0,000 ($p < 0,05$).
4. Ada pengaruh positif produk pembiayaan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini dari hasil perhitungan nilai koefisien jalur standar sebesar 0,263 dan *critical ratio* sebesar 2,926 dengan probabilitas 0,005 ($p < 0,05$).

5. Ada pengaruh positif minat menjadi nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini dari hasil perhitungan nilai koefisien jalur standar sebesar 0,216 dan *critical ratio* sebesar 2,382 dengan probabilitas 0,017 ($p < 0,05$).

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian, maka saran yang mampu penulis diberikan adalah:

1. Kualitas pelayanan mampu meningkatkan keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah. Oleh karena itu pihak bank hendaknya melakukan evaluasi secara berkala mengenai pelayanan yang selama ini sudah diberikan kepada nasabah, yang nantinya mampu jadi acuan pihak perbankan dalam meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap nasabah.
2. Produk pembiayaan bank syariah terbukti mampu meningkatkan minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Oleh karena itu sebaiknya pihak perbankan melakukan sosialisasi secara berkala dan *massive* dalam memasarkan produk pembiayaan bank syariah kepada masyarakat luas. Sehingga masyarakat mampu mengenal produk pembiayaan bank syariah dan minat untuk menambah di bank syariah semakin meningkat.
3. Kualitas pelayanan bank syariah harus mampu bersaing dengan bank konvensional, karena sejauh ini masyarakat lebih memilih menggunakan pembiayaan dengan sistem konvensional dibandingkan menggunakan pembiayaan syariah. Jika hal ini tentu akan menjadi penghambat perkembangan bank syariah semakin terhambat.

4. Produk pembiayaan harus mampu lebih populer lagi dimasyarakat dan mampu bersaing dengan pembiayaan bank konvensional. Dengan potensi demografi penduduk yang dimiliki Indonesia tentu menjadi suatu keuntungan bagi bank syariah untuk memasarkan produk-produknya.
5. Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat sumbangan pengaruh kualitas pelayanan, produk pembiayaan dan minat menjadi nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 45,6%. Hal ini menunjukkan ada 54,4% keputusan menjadi nasabah yang belum mampu dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, produk pembiayaan dan minat menjadi nasabah. Sehingga besar harapan saya untuk peneliti selanjutnya mampu mengeksplor lebih jauh lagi selain dari ketiga variabel diatas.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Dalam mendapatkan data dari kualitas pelayanan, produk pembiayaan, minat menjadi nasabah dan keputusan menjadi nasabah melalui angket. Sehingga peneliti tidak paham secara pasti jawaban yang diberikan sudah sesuai kenyataan atau tidak.
2. Karena ruang lingkup penelitian cukup luas maka peneliti memutuskan untuk penelitian ini dilakukan pada nasabah empat bank syariah di Kota Yogyakarta (Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat, Bank BRI Syariah dan Bank BNI Syariah).
3. Jumlah populasi yang sangat banyak sehingga peneliti menggunakan *kuota sampling*, pada kesempatan kali ini saya mengambil 100 responden dari empat bank, sehingga generalisasi hasil penelitian hanya berlaku untuk

empat bank tersebut. Sehingga besar harapan saya untuk penelitian selanjutnya, peneliti menggunakan *proportionate random sampling*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Anshori. (2007). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Ali Muhson. (2009). *Aplikasi Komputer*. Diklat. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ascarya. (2008). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Press
- Asih Fitri Cahyani. (2013). Pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang. *Jurnal: Universitas Diponegoro Semarang*.
- Augusty Ferdinand. (2005). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Armando Luis Vieira. (2011). *Interactive LISREL in Practice: Getting Started with a SIMPLIS Approach*. Berlin: Springer
- Bank Indonesia. (2013). *Statistik Perbankan Syariah September 2013*. www.bi.go.id diakses pada tanggal 27 November 2013
- _____. (2013). *Statistik Perbankan Syariah Juni 2013*. www.bi.go.id diakses pada tanggal 27 November 2013
- _____. (2013). *Data SPI periode tahun 2006 sampai Februari 2012*. www.bi.go.id diakses pada 1 November 2013
- Basu Swastha. (1992). *Saluran Pemasaran, Konsep, dan Strategi Analisa Kuantitatif*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- _____. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty
- Crow Crow. (1987). *Psikologi Pendidikan*. Terjemahan Drs. Z. Kasijan. Surabaya: PT. Bina Ilmu
- Dessy Anwar. (2001). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Rosda Karya.
- Djaali H. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Fandy Tjiptono. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI
- Halim Alamsyah. (2012). *Perkembangan dan Prospek perbankan syariah Indonesia*. Ceramah Ilmiah Ikatan Ahli Ekonomi Islam
- Husein Umar. (2001). *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Imam Ghozali. (2008). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 21.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2004). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Press
- Lutfi Effendi. (2009). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang*. Skripsi: Universitas Islam Negri Malang
- Muhammad. (2002). *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. Yogyakarta: UII Press.
- Munica Apriani. (2011). *Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan*. Skripsi: Universitas Diponegoro
- Niken Nur Chasanah. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pembiayaan Mudharabah Terhadap Keputusan Nasabah dalam Melakukan Pembiayaan Mudharabah di BMT*. Skripsi: Universitas Negri Yogyakarta
- Philip Kotler. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Implementasi Kontrol*. Jakarta: Salemba Empat
- _____. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Implementasi Kontrol edisi keenam*. Jakarta: Salemba Empat
- Sakti Hutabarat. (2010). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah bank Syariah di Pekanbaru*. Jurnal: Universitas Riau.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Bina Aksara.
- Sudartik. (2009). *Pengaruh kualitas pelayanan dan periklanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada PT BPR Semarang Margatama Gunandan*. Skripsi: Universitas Negri Semarang.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- _____. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2011). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutan Remy Sjahdeiny. (1999). *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Yogyakarta: Grafity

Syafi'I Antonio. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gemma Insani

Syakir Sula. (2012). *Market Share Perbankan Syariah Indonesia Jauh tertinggal dari Malaysia*. www.detik.com diakses pada 27 November 2013

Undang-undang RI No. 10 Tahun. (1998). *Tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. Jakarta

Undang-undang RI No. 21 Tahun. (2008) *Perbankan Syariah*. Jakarta

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

**INSTRUMEN
PENELITIAN**

INSTRUMEN PENELITIAN

Kepada Yth.

.....

Assalamualaikum Wr. Wb.

Nasabah Sekalian yang saya hormati, perkenankanlah pada kesempatan kali ini saya meminta sedikit waktu saudara-saudara untuk mengisi angket penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Pembiayaan Bank Syariah Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Kota Yogyakarta”. Data yang saudara-saudara berikan nantinya insyaallah sangat bermanfaat dalam membantu penelitian ini, sehingga sangat diharapkan teman-teman mengisi apa adanya, tanpa paksaan dan tanpa rekayasa. Data saudara-saudara insyaallah terjaga kerahasiaannya.

Terimakasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Peneliti: Bagja Sumantri (Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2010)

Nama :

Bank Tempat Menabung :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah terlebih dahulu setiap butir pernyataan di dalam angket dengan cermat!
2. Berikan tanda cek (√) pada jawaban yang benar-benar sesuai dengan kondisi anda.
3. Satu pernyataan hanya boleh dijawab dengan satu pilihan jawaban.
4. Pilihan jawaban yang tersedia:
 - SS : Sangat Setuju
 - S : Setuju
 - TS : Tidak Setuju
 - STS : Sangat Tidak Setuju

1. ANGGKET KUALITAS PELAYANAN

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Bukti Langsung					
1	Bank syariah tempat saudara menabung mempunyai bangunan yang sangat baik.				
2	Kebersihan dari bank syariah tempat anda menabung terjaga dan selalu bersih.				
3	Saudara tidak merasakan nyaman berada diruangan saat melakukan transaksi.				
4	Dengan kondisi fisik yang baik membuat anda nyaman untuk berinteraksi.				
Keandalan					
5	Bank Syariah tempat saudara menabung selalu melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.				
6	Pelayanan yang diberikan bank syariah tidak mampu memenuhi kebutuhan saudara sebagai nasabah				
Daya Tanggap					
7	Karyawan perhatian dan bersedia mendengarkan keluhan saya.				
8	Karyawan selalu memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.				
Jaminan					
9	Karyawan dapat memberikan informasi dengan tepat dan benar.				
10	Jaminan yang diberikan oleh bank syariah membuat saudara tidak yakin untuk menyimpan uang anda disana				
Empati					
11	Karyawan memberi perhatian kepada anggota secara khusus (seperti tidak melayani dua anggota sekaligus)				
12	Karyawan selalu berkomunikasi dengan baik kepada setiap nasabah				

2. ANGGKET PRODUK PEMBIAYAAN

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Karyawan memberikan penjelasan yang detail mengenai produk pembiayaan bank syariah.				
2	Pembiayaan bank syariah berbeda dengan pembiayaan bank konvensional yang identik dengan riba, sehingga saya tertarik menjadi nasabah bank syariah.				
3	Pembiayaan di bank syariah saat ini memberikan bagi hasil yang lebih menarik dibandingkan system bunga bank konvensional.				
4	Pembiayaan bank syariah lebih menarik dibandingkan dengan pembiayaan konvensional				
5	Bagi hasil pada pembiayaan bank syariah dapat menjauhkan saya dari unsur riba				
6	Dengan pembiayaan bank syariah saya dapat melakukan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah.				
7	Pembiayaan bank syariah memberikan rasa aman bagi saya.				
8	Dengan melakukan pembiayaan bank syariah memberikan keuntungan yang cukup bagi saya.				

3. ANGGKET MINAT MENJADI NASABAH

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Semua hal yang berkaitan dengan pembiayaan bank syariah menarik minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah.				
2	Pelayanan yang diberikan bank syariah membuat saya tertarik untuk menjadi nasabah.				
3	Fasilitas yang diberikan bank syariah membuat saya semakin berminat untuk menjadi nasabah.				
4	Produk pembiayaan bank syariah yang jauh dari riba membuat saya tertarik untuk melakukan pembiayaan bank syariah.				
5	Produk pembiayaan yang memiliki banyak jenis membuat saya semakin mudah dalam membuat pilihan pembiayaan syariah.				
6	Saya merasa produk pembiayaan syariah adalah pembiayaan yang memberikan keuntungan bagi nasabahnya.				
7	Saya senang apabila saya dapat menjadi nasabah bank syariah dan berpartisipasi dalam pembiayaan bank syariah.				
8	Saya merasa pembiayaan bank syariah lebih adil dibandingkan pembiayaan bank konvensional.				
9	Saya merasa senang karena dengan pembiayaan bank syariah saya dapat melakukan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah.				

4. ANGKET KEPUTUSAN MENJADI NASABAH

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Dengan fasilitas yang memadai dari bank syariah saya memutuskan menjadi nasabah bank syariah.				
2	Fasilitas bank syariah masih jauh tertinggal dari bank konvensional sehingga saya lebih nyaman bertransaksi di bank konvensional.				
3	Fasilitas yang disediakan bank syariah memudahkan saya dalam bertransaksi syariah.				
4	Produk pembiayaan syariah merupakan pembiayaan yang berdasarkan prinsip syariah dan jauh dari riba.				
5	Pembiayaan bank syariah membuat saya yakin untuk menjadi nasabah bank syariah.				
6	Produk pembiayaan yang menjauhkan nasabah dari riba merupakan salah satu keunggulan pembiayaan bank syariah.				
7	Dengan pelayanan yang baik dari bank syariah saya merasa yakin untuk menjadi nasabah bank syariah.				
8	Kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah membuat saya kecewa dan beralih menjadi nasabah di bank lain.				
9	Kinerja karyawan bank syariah membuat anda nyaman dan yakin untuk menjadi nasabah bank syariah				

LAMPIRAN 2

**UJI VALIDITAS DAN
REABILITAS**

Uji Validitas dan Reabilitas Kualitas Pelayanan

No	Butir											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4
5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
6	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3
9	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
10	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2
14	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
15	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
16	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
17	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4
18	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
20	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
23	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	4
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
26	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3
27	3	3	3	3	2	3	1	2	2	4	3	3
28	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
29	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4
30	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
32	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4

Scale: ALL VARIABLES**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,796	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	35,2286	11,005	,097	,808
b2	35,0857	9,904	,443	,781
b3	35,0857	9,963	,514	,776
b4	34,8571	10,303	,232	,803
b5	35,1714	9,499	,594	,767
b6	35,1143	9,281	,532	,771
b7	35,0286	8,617	,621	,760
b8	35,0857	9,669	,452	,780
b9	35,1429	9,597	,525	,773
b10	35,0571	10,114	,350	,789
b11	35,2000	9,753	,453	,780
b12	35,0857	9,845	,464	,779

Uji Validitas dan Reabilitas Produk Pembiayaan

No	Butir							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	3	3	4	2	3	3	4	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	3	3	4	4	4	3
5	3	4	4	2	4	4	4	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	4	3	2	4	4	4	4
9	4	4	3	3	4	3	3	3
10	3	4	3	3	4	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	2	3	2	3	3	3	3
13	3	4	3	3	3	3	3	3
14	2	3	3	3	3	3	3	3
15	3	3	4	3	3	3	3	3
16	2	3	3	3	3	3	3	2
17	4	4	2	2	3	2	2	3
18	4	3	1	2	3	3	3	3
19	3	3	3	3	4	4	4	4
20	4	3	4	3	4	4	3	4
21	3	3	3	3	4	3	3	3
22	3	4	3	2	3	3	3	2
23	3	2	4	2	2	2	3	3
24	3	3	3	3	3	3	3	3
25	4	2	4	3	3	3	3	3
26	3	3	3	3	3	3	3	3
27	4	4	3	3	4	4	3	2
28	3	3	3	3	4	3	4	3
29	4	3	2	3	3	3	3	3
30	4	4	3	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	3	3	3	3	3	3	3
33	3	4	3	3	4	4	3	3
34	3	3	2	3	4	3	3	3
35	4	4	3	3	4	4	4	4

Scale: ALL VARIABLES**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	22,2571	6,550	,260	,769
b2	22,2000	5,929	,417	,744
b3	22,4286	6,664	,151	,797
b4	22,6857	6,398	,365	,750
b5	22,0857	5,434	,718	,686
b6	22,2571	5,255	,794	,671
b7	22,2571	5,844	,618	,709
b8	22,4286	6,134	,485	,731

Uji Validitas dan Reabilitas Minat Menjadi Nasabah

No	Butir								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	3	2	3	3	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
5	3	3	3	4	3	3	3	3	4
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	4	3	3	3	3	4
9	3	3	3	3	3	3	4	3	4
10	3	3	3	4	3	3	4	3	4
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	3	3	3	3	3	3	2	3
13	3	2	3	3	3	3	3	3	3
14	2	2	2	4	4	4	4	4	4
15	3	4	3	3	3	3	3	3	3
16	2	3	4	3	3	3	3	4	3
17	3	4	3	3	2	3	4	3	4
18	3	3	4	4	3	3	3	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	3	3	4	3	3	4	3
21	3	3	3	3	3	3	4	4	3
22	3	3	2	4	3	3	3	4	4
23	4	3	3	2	2	3	3	3	2
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	4	4	4	4	3	3	2	4	4
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	4	3	4	4	4	3	4	4	4
28	2	3	3	3	2	3	3	3	3
29	4	4	4	4	4	3	3	3	4
30	3	3	3	4	4	3	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	3	3	2	4	3	3	3	3	3
34	3	3	3	3	3	3	3	4	4
35	4	4	4	4	3	4	4	4	4

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	35	100,0

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	26,0857	7,492	,457	,801
b2	26,0571	7,585	,464	,799
b3	26,0857	7,728	,434	,803
b4	25,8000	7,165	,631	,777
b5	26,1429	7,361	,551	,788
b6	26,1143	8,281	,524	,798
b7	25,9429	7,997	,372	,809
b8	25,8571	7,420	,550	,788
b9	25,7429	7,079	,656	,774

Uji Validitas dan Reabilitas Keputusan Menjadi Nasabah

No	Butir								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	3	2	2	3	3	3	3	3	3
2	3	4	3	3	3	3	3	4	3
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
4	3	4	3	4	4	3	3	4	3
5	3	3	3	4	4	4	3	3	3
6	3	4	3	3	3	4	3	4	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	4	4	4	3	3	3
9	4	4	3	3	3	4	4	3	4
10	3	3	3	3	3	3	3	4	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	2	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	2	3	3	3	3	3	3	3
15	3	3	3	3	3	2	3	3	3
16	3	4	3	4	3	3	4	4	3
17	3	2	2	3	2	4	4	3	4
18	3	4	2	3	3	4	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	3	3	3	4	4	3	4
21	3	3	3	4	3	3	3	3	3
22	2	3	3	3	3	4	3	3	3
23	3	3	3	2	3	3	3	4	3
24	3	2	3	3	3	3	3	2	3
25	2	1	3	4	3	3	3	3	3
26	3	3	3	3	4	4	3	4	3
27	3	3	2	3	3	4	4	2	3
28	3	3	3	4	3	4	3	2	3
29	3	3	3	3	4	3	4	3	4
30	3	4	3	4	4	4	4	4	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	3	3	3	3	3	3	2	3
33	3	3	2	3	3	4	4	4	3
34	3	3	3	3	3	4	4	3	3
35	4	3	4	4	4	4	4	3	4

Scale: ALL VARIABLES**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,792	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	25,9429	7,114	,656	,749
b2	25,8857	6,516	,559	,762
b3	26,0857	7,728	,443	,776
b4	25,7143	7,681	,403	,781
b5	25,7714	7,299	,583	,759
b6	25,5429	7,550	,415	,781
b7	25,6857	7,751	,434	,778
b8	25,8000	7,459	,360	,792
b9	25,8000	7,635	,565	,765

LAMPIRAN 3

TABULASI DATA

Tabulasi Data Kualitas Pelayanan (X1)

No	Butir										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	28
2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	33
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	36
5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
6	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	32
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	30
9	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
10	3	4	4	2	3	3	3	3	4	3	32
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	26
14	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
16	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	36
17	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	36
18	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
19	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	36
20	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	33
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	28
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
25	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
26	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33
27	3	3	2	3	1	2	2	4	3	3	26
28	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
29	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	35
30	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	32
31	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
32	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
33	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	35
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	37

No	Butir										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
38	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
39	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	35
40	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	28
41	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	36
42	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	34
43	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	32
44	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	30
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
46	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
50	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	33
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
52	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	33
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	33
55	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
57	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	36
58	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
59	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	35
60	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
61	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	30
62	4	1	3	4	3	3	3	4	4	4	33
63	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	27
64	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	36
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
66	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	32
67	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	27
68	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	32
69	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	34
70	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
71	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
75	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	35
76	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	37

No	Butir										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
77	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
78	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	33
79	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
80	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	33
81	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
84	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	33
85	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	32
86	4	3	4	3	2	2	2	2	3	3	28
87	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
88	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
89	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	30
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
91	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	33
92	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	32
93	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	30
94	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
95	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36
96	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	35
97	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	36
98	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	34
99	3	3	4	2	4	4	4	1	3	3	31
100	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	35

Tabulasi Data Variabel Produk Pembiayaan (X2)

No	Butir						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	3	2	3	3	4	3	18
2	3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	4	4	4	3	22
4	4	3	4	4	4	3	22
5	4	2	4	4	4	3	21
6	3	3	3	3	3	3	18
7	3	3	3	3	3	3	18
8	4	2	4	4	4	4	22
9	4	3	4	3	3	3	20
10	4	3	4	3	3	3	20
11	3	3	3	3	3	3	18
12	2	2	3	3	3	3	16
13	4	3	3	3	3	3	19
14	3	3	3	3	3	3	18
15	3	3	3	3	3	3	18
16	3	3	3	3	3	2	17
17	4	2	3	2	2	3	16
18	3	2	3	3	3	3	17
19	3	3	4	4	4	4	22
20	3	3	4	4	3	4	21
21	3	3	4	3	3	3	19
22	4	2	3	3	3	2	17
23	2	2	2	2	3	3	14
24	3	3	3	3	3	3	18
25	2	3	3	3	3	3	17
26	3	3	3	3	3	3	18
27	4	3	4	4	3	2	20
28	3	3	4	3	4	3	20
29	3	3	3	3	3	3	18
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	3	3	3	3	3	3	18
33	4	3	4	4	3	3	21
34	3	3	4	3	3	3	19
35	4	3	4	4	4	4	23
36	4	3	3	3	3	3	19
37	4	4	3	3	4	3	21

No	Butir						Total
	1	2	3	4	5	6	
38	4	4	3	3	4	3	21
39	4	3	4	4	4	3	22
40	4	3	4	3	4	2	20
41	4	4	4	4	4	3	23
42	4	3	4	4	4	4	23
43	4	3	3	4	4	3	21
44	3	3	3	3	3	3	18
45	3	3	4	4	4	4	22
46	4	3	4	4	4	3	22
47	3	2	3	4	3	3	18
48	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	3	18
50	4	4	4	4	4	3	23
51	3	3	3	3	3	3	18
52	4	3	3	4	4	3	21
53	4	3	3	4	4	3	21
54	4	4	4	4	4	3	23
55	4	4	4	4	4	3	23
56	4	2	4	4	3	3	20
57	4	3	4	4	4	3	22
58	3	3	3	3	3	3	18
59	4	4	3	4	4	3	22
60	4	3	3	3	3	3	19
61	4	4	4	4	4	3	23
62	2	2	3	2	3	3	15
63	2	3	3	3	3	2	16
64	4	4	4	4	4	4	24
65	3	3	3	3	3	3	18
66	4	4	4	4	4	4	24
67	3	2	3	3	3	2	16
68	4	3	4	4	3	3	21
69	4	3	3	3	3	3	19
70	3	3	4	4	4	3	21
71	3	4	4	3	3	3	20
72	4	3	4	3	3	4	21
73	3	4	4	3	4	3	21
74	3	4	4	4	4	4	23
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	1	4	4	4	1	18

No	Butir						Total
	1	2	3	4	5	6	
77	4	4	4	4	4	4	24
78	3	3	2	3	3	2	16
79	3	4	3	3	3	3	19
80	4	3	3	3	3	3	19
81	2	2	2	2	3	3	14
82	3	3	3	3	3	3	18
83	3	2	3	3	3	2	16
84	3	4	4	4	3	3	21
85	4	3	3	3	3	3	19
86	3	3	3	3	3	3	18
87	3	3	3	3	3	3	18
88	3	3	3	3	3	3	18
89	4	3	4	4	4	3	22
90	3	4	4	4	4	3	22
91	4	3	4	3	3	3	20
92	4	4	4	2	3	3	20
93	3	3	2	3	3	3	17
94	4	3	3	4	4	3	21
95	4	4	4	4	4	3	23
96	4	3	3	4	4	4	22
97	3	2	4	3	3	3	18
98	4	3	3	3	4	4	21
99	4	4	4	4	3	4	23
100	4	4	3	3	4	4	22

Tabulasi Data Minat Menjadi Nasabah (Y1)

No	Butir									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	2	3	3	2	3	3	3	3	25
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	32
4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	31
5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	29
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
8	3	3	3	4	3	3	3	3	4	29
9	3	3	3	3	3	3	4	3	4	29
10	3	3	3	4	3	3	4	3	4	30
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
12	2	3	3	3	3	3	3	2	3	25
13	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
14	2	2	2	4	4	4	4	4	4	30
15	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
16	2	3	4	3	3	3	3	4	3	28
17	3	4	3	3	2	3	4	3	4	29
18	3	3	4	4	3	3	3	4	4	31
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
20	4	3	3	3	4	3	3	4	3	30
21	3	3	3	3	3	3	4	4	3	29
22	3	3	2	4	3	3	3	4	4	29
23	4	3	3	2	2	3	3	3	2	25
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
25	4	4	4	4	3	3	2	4	4	32
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
27	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
28	2	3	3	3	2	3	3	3	3	25
29	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33
30	3	3	3	4	4	3	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
33	3	3	2	4	3	3	3	3	3	27
34	3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
36	3	3	3	4	4	3	3	4	4	31
37	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35

No	Butir									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
38	3	3	3	4	3	3	4	4	3	30
39	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
40	3	2	3	4	3	3	4	4	4	30
41	3	3	3	3	3	4	4	4	4	31
42	4	4	4	4	3	3	4	3	4	33
43	3	4	4	4	4	3	3	4	4	33
44	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
46	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
50	4	3	3	4	3	4	3	4	4	32
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
52	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
53	4	3	4	3	3	3	3	3	4	30
54	4	4	3	4	3	3	4	4	4	33
55	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
56	3	3	3	4	3	3	3	3	4	29
57	3	3	4	4	3	3	3	3	4	30
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
59	3	3	3	4	4	4	3	4	3	31
60	4	3	3	4	3	3	4	3	4	31
61	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
62	3	3	3	3	3	4	3	2	2	26
63	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
64	2	4	4	4	3	4	4	4	4	33
65	4	3	4	3	3	3	3	3	4	30
66	4	3	4	4	2	3	3	4	4	31
67	2	3	3	3	4	4	3	3	3	28
68	3	4	3	3	3	3	4	3	3	29
69	3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
70	3	3	4	4	3	3	3	3	4	30
71	4	3	3	4	3	3	4	4	4	32
72	3	3	3	4	2	3	3	4	4	29
73	3	4	4	3	2	3	3	3	4	29
74	4	3	4	3	3	4	3	4	3	31
75	3	4	3	4	3	4	3	3	3	30
76	4	4	4	1	4	1	4	1	4	27

No	Butir									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
77	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
78	3	3	3	3	2	2	3	2	2	23
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
81	1	3	3	2	3	3	3	3	2	23
82	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
83	3	2	2	3	3	2	3	3	3	24
84	3	4	3	3	2	3	3	4	3	28
85	3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
88	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
89	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
91	4	3	3	4	3	3	4	3	4	31
92	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32
93	2	3	3	2	3	3	2	3	2	23
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
95	4	4	4	4	3	3	3	3	4	32
96	4	4	3	4	2	3	3	3	4	30
97	4	4	3	4	2	3	4	4	4	32
98	3		3	3	2	3	4	4	4	26
99	3	3	3	3	2	3	4	4	4	29
100	3	3	3	3	2	3	4	3	3	27

Tabulasi Data Keputusan Menjadi Nasabah

No	Butir									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25
2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	29
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	31
5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	30
6	3	4	3	3	3	4	3	4	3	30
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
8	3	3	3	4	4	4	3	3	3	30
9	4	4	3	3	3	4	4	3	4	32
10	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
13	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
14	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
15	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
16	3	4	3	4	3	3	4	4	3	31
17	3	2	2	3	2	4	4	3	4	27
18	3	4	2	3	3	4	3	3	3	28
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
20	4	4	3	3	3	4	4	3	4	32
21	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
22	2	3	3	3	3	4	3	3	3	27
23	3	3	3	2	3	3	3	4	3	27
24	3	2	3	3	3	3	3	2	3	25
25	2	1	3	4	3	3	3	3	3	25
26	3	3	3	3	4	4	3	4	3	30
27	3	3	2	3	3	4	4	2	3	27
28	3	3	3	4	3	4	3	2	3	28
29	3	3	3	3	4	3	4	3	4	30
30	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
33	3	3	2	3	3	4	4	4	3	29
34	3	3	3	3	3	4	4	3	3	29
35	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
37	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34

No	Butir									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
77	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
78	3	4	3	4	3	3	3	4	3	30
79	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
80	3	2	2	3	3	3	4	2	3	25
81	3	3	3	2	3	2	3	4	3	26
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
84	3	3	3	3	4	3	3	4	3	29
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
86	3	3	4	4	4	4	4	3	3	32
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
88	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
90	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
91	3	3	3	3	3	3	4	3	4	29
92	4	4	3	2	3	3	4	4	4	31
93	3	3	3	4	4	4	4	3	3	31
94	4	3	3	4	4	4	4	3	4	33
95	3	2	3	3	3	3	3	3	4	27
96	3	3	4	4	3	3	3	3	3	29
97	4	1	3	4	3	4	3	3	3	28
98	4	2	3	3	3	3	3	3	3	27
99	4	2	3	3	3	3	3	3	3	27
100	4	3	3	3	3	3	2	3	4	28

Rekap Data Variabel

No	X1	X2	Y1	Y2
1	28	18	25	25
2	31	18	27	29
3	33	22	32	34
4	36	22	31	31
5	32	21	29	30
6	32	18	27	30
7	30	18	27	27
8	30	22	29	30
9	37	20	29	32
10	32	20	30	28
11	30	18	27	27
12	30	16	25	27
13	26	19	26	26
14	31	18	30	26
15	31	18	28	26
16	36	17	28	31
17	36	16	29	27
18	31	17	31	28
19	36	22	36	36
20	33	21	30	32
21	30	19	29	28
22	30	17	29	27
23	28	14	25	27
24	30	18	27	25
25	32	17	32	25
26	33	18	27	30
27	26	20	34	27
28	29	20	25	28
29	35	18	33	30
30	32	24	32	33
31	38	24	36	36
32	29	18	27	26
33	29	21	27	29
34	30	19	29	29
35	35	23	35	34
36	30	19	31	27
37	37	21	35	34
38	31	21	30	27

No	X1	X2	Y1	Y2
39	35	22	34	36
40	28	20	30	25
41	36	23	31	35
42	34	23	33	33
43	32	21	33	29
44	30	18	29	27
45	30	22	27	33
46	31	22	34	30
47	30	18	27	27
48	30	18	27	27
49	30	18	27	27
50	33	23	32	31
51	30	18	27	30
52	33	21	29	25
53	40	21	30	33
54	33	23	33	30
55	31	23	30	31
56	30	20	29	32
57	36	22	30	36
58	29	18	27	28
59	35	22	31	32
60	31	19	31	31
61	30	23	30	28
62	33	15	26	26
63	27	16	26	26
64	36	24	33	31
65	30	18	30	29
66	32	24	31	34
67	27	16	28	26
68	32	21	29	28
69	34	19	29	27
70	31	21	30	28
71	32	20	32	28
72	30	21	29	28
73	30	21	29	29
74	29	23	31	24
75	35	24	30	34
76	37	18	27	33

No	X1	X2	Y1	Y2
77	31	24	35	34
78	33	16	23	30
79	32	19	27	26
80	33	19	27	25
81	33	14	23	26
82	30	18	26	27
83	30	16	24	27
84	33	21	28	29
85	32	19	28	27
86	28	18	36	32
87	29	18	27	27
88	29	18	26	26
89	30	22	26	27
90	40	22	36	35
91	33	20	31	29
92	32	20	32	31
93	30	17	23	31
94	39	21	27	33
95	36	23	32	27
96	35	22	30	29
97	36	18	32	28
98	34	21	26	27
99	31	23	29	27
100	35	22	27	28

LAMPIRAN 4

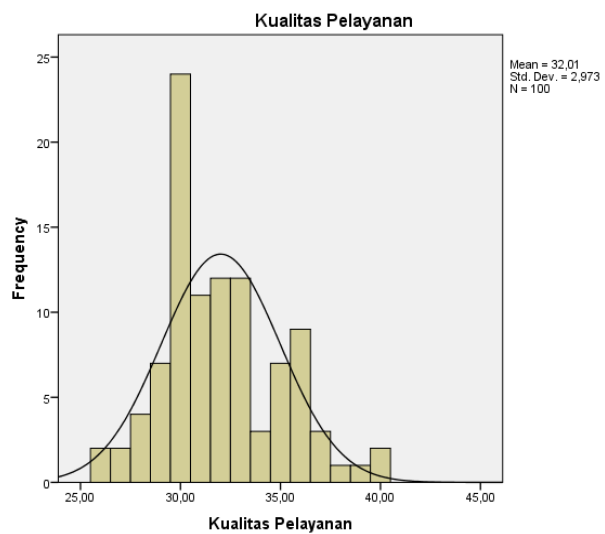
**DISTRIBUSI
FREKUENSI**

Statistics

		Kualitas Pelayanan	Produk Pembiayaan	Minat Menjadi Nasabah	Keputusan Menjadi Nasabah
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		32,0100	19,8200	29,3100	29,1900
Median		31,5000	20,0000	29,0000	28,0000
Mode		30,00	18,00	27,00	27,00
Std. Deviation		2,97292	2,44693	3,04078	3,02747
Variance		8,838	5,987	9,246	9,166
Skewness		,550	-,129	,285	,617
Std. Error of Skewness		,241	,241	,241	,241
Minimum		26,00	14,00	23,00	24,00
Maximum		40,00	24,00	36,00	36,00

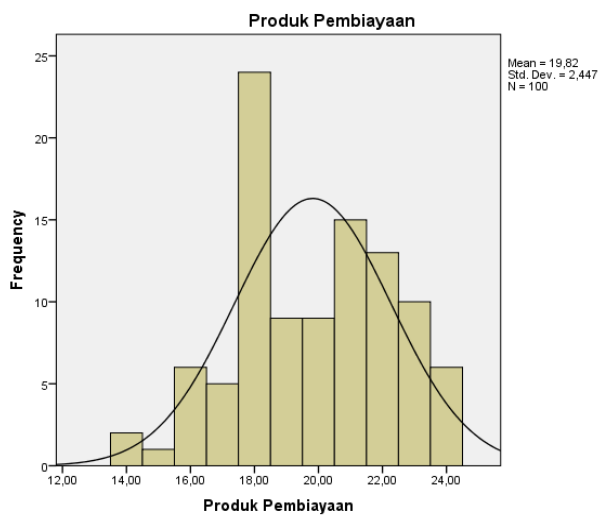
Frequency Table

Kualitas Pelayanan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	26,00	2	2,0	2,0
	27,00	2	2,0	4,0
	28,00	4	4,0	8,0
	29,00	7	7,0	15,0
	30,00	24	24,0	39,0
	31,00	11	11,0	50,0
	32,00	12	12,0	62,0
	33,00	12	12,0	74,0
	34,00	3	3,0	77,0
	35,00	7	7,0	84,0
	36,00	9	9,0	93,0
	37,00	3	3,0	96,0
	38,00	1	1,0	97,0
	39,00	1	1,0	98,0
	40,00	2	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0



Produk Pembiayaan

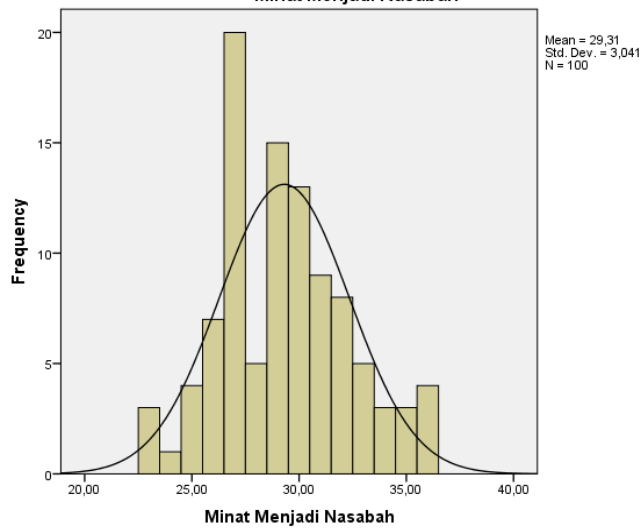
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 14,00	2	2,0	2,0	2,0
15,00	1	1,0	1,0	3,0
16,00	6	6,0	6,0	9,0
17,00	5	5,0	5,0	14,0
18,00	24	24,0	24,0	38,0
19,00	9	9,0	9,0	47,0
20,00	9	9,0	9,0	56,0
21,00	15	15,0	15,0	71,0
22,00	13	13,0	13,0	84,0
23,00	10	10,0	10,0	94,0
24,00	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Minat Menjadi Nasabah

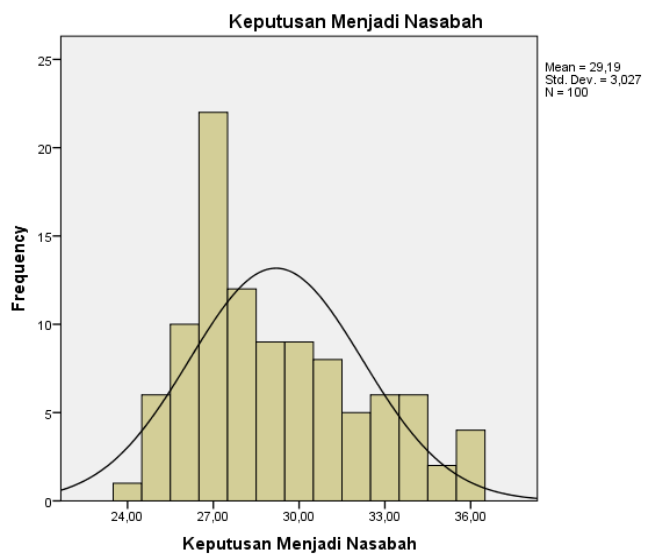
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
23,00	3	3,0	3,0	3,0
24,00	1	1,0	1,0	4,0
25,00	4	4,0	4,0	8,0
26,00	7	7,0	7,0	15,0
27,00	20	20,0	20,0	35,0
28,00	5	5,0	5,0	40,0
29,00	15	15,0	15,0	55,0
Valid 30,00	13	13,0	13,0	68,0
31,00	9	9,0	9,0	77,0
32,00	8	8,0	8,0	85,0
33,00	5	5,0	5,0	90,0
34,00	3	3,0	3,0	93,0
35,00	3	3,0	3,0	96,0
36,00	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Minat Menjadi Nasabah



Keputusan Menjadi Nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 24,00	1	1,0	1,0	1,0
25,00	6	6,0	6,0	7,0
26,00	10	10,0	10,0	17,0
27,00	22	22,0	22,0	39,0
28,00	12	12,0	12,0	51,0
29,00	9	9,0	9,0	60,0
30,00	9	9,0	9,0	69,0
31,00	8	8,0	8,0	77,0
32,00	5	5,0	5,0	82,0
33,00	6	6,0	6,0	88,0
34,00	6	6,0	6,0	94,0
35,00	2	2,0	2,0	96,0
36,00	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



LAMPIRAN 5

**KECENDERUNGAN
VARIABEL**

KUALITAS PELAYANAN

Kecenderungan variabel ditentukan setelah nilai terendah dan nilai tertinggi diketahui. Selanjutnya nilai rata-rata ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (S_{di}) didapatkan angka sebagai berikut:

Rumus M_i dan S_{di} :

$$M_i = 1/2 (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$M_i = 1/2 (40+10) = 30$$

$$S_{di} = 1/6 (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

$$S_{di} = 1/6 (40-10) = 5$$

Adapun pengkategorian kecenderungan variasi nilai tersebut yaitu:

$$\text{a. Kelompok tinggi} = X > M_i + 1S_{di}$$

$$= X > 30 + 1(5)$$

$$= X > 36$$

$$\text{b. Kelompok Sedang} = M_i - 1S_{di} \leq X \leq M_i + S_{di}$$

$$= 30 - 1(5) \leq X \leq 30 + 1(5)$$

$$= 25 \leq X \leq 35$$

$$\text{c. Kelompok Rendah} = X < M_i - 1S_{di}$$

$$= X < 30 - 1(5)$$

$$= X < 25$$

PRODUK PEMBIAYAAN

Kecenderungan variabel ditentukan setelah nilai terendah dan nilai tertinggi diketahui. Selanjutnya nilai rata-rata ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (S_{di}) didapatkan angka sebagai berikut:

Rumus M_i dan S_{di} :

$$M_i = 1/2 (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$M_i = 1/2 (24+6) = 15$$

$$S_{di} = 1/6 (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

$$S_{di} = 1/6 (24-6) = 3$$

Adapun pengkategorian kecenderungan variasi nilai tersebut yaitu:

$$\text{a. Kelompok tinggi} = X > M_i + 1S_{di}$$

$$= X > 15 + 1(3)$$

$$= X > 18$$

$$\text{b. Kelompok Sedang} = M_i - 1S_{di} \leq X \leq M_i + S_{di}$$

$$= 15 - 1(3) \leq X \leq 15 + 1(3)$$

$$= 12 \leq X \leq 18$$

$$\text{c. Kelompok Rendah} = X < M_i - 1S_{di}$$

$$= X < 15 - 1(3)$$

$$= X < 12$$

MINAT MENJADI NASABAH

Kecenderungan variabel ditentukan setelah nilai terendah dan nilai tertinggi diketahui. Selanjutnya nilai rata-rata ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (S_{Di}) didapatkan angka sebagai berikut:

Rumus M_i dan S_{Di} :

$$M_i = 1/2 (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$M_i = 1/2 (36+9) = 22,5$$

$$S_{Di} = 1/6 (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

$$S_{Di} = 1/6 (36-9) = 4.5$$

Adapun pengkategorian kecenderungan variasi nilai tersebut yaitu:

d. Kelompok tinggi $= X > M_i + 1S_{Di}$

$$= X > 22,5 + 1(4,5)$$

$$= X > 27$$

e. Kelompok Sedang $= M_i - 1S_{Di} \leq X \leq M_i + S_{Di}$

$$= 22,5 - 1(4,5) \leq X \leq 22,5 + 1(4,5)$$

$$= 18 \leq X \leq 27$$

f. Kelompok Rendah $= X < M_i - 1S_{Di}$

$$= X < 22,5 - 1(4,5)$$

$$= X < 18$$

KEPUTUSAN MENJADI NASABAH

Kecenderungan variabel ditentukan setelah nilai terendah dan nilai tertinggi diketahui. Selanjutnya nilai rata-rata ideal (M_i) dan standar deviasi ideal (S_{di}) didapatkan angka sebagai berikut:

Rumus M_i dan S_{di} :

$$M_i = 1/2 (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$M_i = 1/2 (36+9) = 22,5$$

$$S_{di} = 1/6 (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

$$S_{di} = 1/6 (36-9) = 4.5$$

Adapun pengkategorian kecenderungan variasi nilai tersebut yaitu:

g. Kelompok tinggi $= X > M_i + 1S_{di}$

$$= X > 22,5 + 1(4,5)$$

$$= X > 27$$

h. Kelompok Sedang $= M_i - 1S_{di} \leq X \leq M_i + S_{di}$

$$= 22,5 - 1(4,5) \leq X \leq 22,5 + 1(4,5)$$

$$= 18 \leq X \leq 27$$

i. Kelompok Rendah $= X < M_i - 1S_{di}$

$$= X < 22,5 - 1(4,5)$$

$$= X < 18$$

LAMPIRAN 6

**UJI PRASYARAT
ANALISIS**

UJI NORMALITAS

Assesment of normality (Group Number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X2	14	24	-0,127	-0,519	-0,759	-1,55
X1	26	40	0,542	2,213	-0,066	-0,134
Y1	23	36	0,281	1,148	-0,328	-0,67
Y2	24	36	0,608	2,481	-0,583	-1,19
Multivariate					1,994	1,439

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
86	18,230	,001	,105
27	10,820	,029	,784
74	10,550	,032	,627
90	9,816	,044	,640
93	9,767	,045	,461
94	9,427	,051	,407
95	9,272	,055	,306
81	8,678	,070	,396
17	8,548	,073	,313
25	8,517	,074	,210
45	8,371	,079	,165
78	8,214	,084	,134
53	8,043	,090	,114
19	7,581	,108	,191
76	7,463	,113	,158
77	7,328	,120	,138
23	7,200	,126	,120
97	7,155	,128	,084
31	7,091	,131	,061
57	6,447	,168	,232
100	6,240	,182	,269
37	5,937	,204	,383

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
52	5,936	,204	,295
29	5,885	,208	,248
39	5,882	,208	,181
89	5,767	,217	,179
66	5,723	,221	,144
98	5,697	,223	,107
62	5,613	,230	,098
16	5,352	,253	,167
75	5,276	,260	,153
99	5,007	,287	,262
13	4,813	,307	,344
67	4,791	,309	,287
41	4,474	,346	,501
64	4,471	,346	,421
80	4,317	,365	,495
30	4,184	,382	,552
40	4,145	,387	,512
28	4,118	,390	,459
63	4,091	,394	,407
35	4,039	,401	,384
61	3,947	,413	,403
18	3,855	,426	,426
83	3,753	,441	,462
9	3,631	,458	,525
56	3,564	,468	,525
46	3,482	,481	,545
33	3,325	,505	,655
3	3,141	,534	,786
1	3,109	,540	,757
55	2,985	,560	,820
12	2,982	,561	,765
96	2,835	,586	,848
54	2,539	,638	,972
14	2,529	,639	,959
8	2,529	,639	,938

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
51	2,520	,641	,915
69	2,460	,652	,918
42	2,303	,680	,964
4	2,253	,689	,964
60	2,232	,693	,953
43	2,198	,699	,945
36	2,145	,709	,946
22	2,111	,715	,938
79	1,989	,738	,967
24	1,970	,741	,957
65	1,940	,747	,948
71	1,924	,750	,930
26	1,770	,778	,974
50	1,769	,778	,957
38	1,715	,788	,959
88	1,706	,790	,940
6	1,664	,797	,936
58	1,555	,817	,964
92	1,495	,827	,968
59	1,410	,842	,979
32	1,404	,844	,966
15	1,357	,852	,965
84	1,300	,861	,968
82	1,284	,864	,953
72	1,265	,867	,933
87	1,258	,869	,898
73	1,195	,879	,907
44	1,141	,888	,907
2	1,104	,894	,891
20	1,044	,903	,897
68	,984	,912	,901
70	,918	,922	,910
7	,859	,930	,912
11	,859	,930	,842
47	,859	,930	,739

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
48	,859	,930	,605
49	,859	,930	,450
85	,830	,934	,353
34	,756	,944	,338
91	,691	,952	,294
21	,538	,970	,414
5	,537	,970	,191
10	,495	,974	,072

UJI LINEARITAS

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menjadi Nasabah * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	294,550	14	21,039	2,881	,001
		Linearity	131,100	1	131,100	17,949	,000
		Deviation from Linearity	163,450	13	12,573	1,721	,071
	Within Groups		620,840	85	7,304		
	Total		915,390	99			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menjadi Nasabah * Produk Pembiayaan	Between Groups	(Combined)	357,787	10	35,779	5,711	,000
		Linearity	327,469	1	327,469	52,268	,000
		Deviation from Linearity	30,318	9	3,369	,538	,843
	Within Groups		557,603	89	6,265		
	Total		915,390	99			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Menjadi Nasabah * Produk Pembiayaan	Between Groups	(Combined)	361,486	10	36,149	5,893	,000
		Linearity	267,796	1	267,796	43,659	,000
		Deviation from Linearity	93,691	9	10,410	1,697	,101
	Within Groups		545,904	89	6,134		
	Total		907,390	99			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Menjadi Nasabah * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	357,623	14	25,544	3,949	,000
		Linearity	318,385	1	318,385	49,226	,000
		Deviation from Linearity	39,238	13	3,018	,467	,937
	Within Groups		549,767	85	6,468		
	Total		907,390	99			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Menjadi Nasabah * Minat Menjadi Nasabah	Between Groups	(Combined)	340,493	13	26,192	3,973	,000
		Linearity	254,968	1	254,968	38,679	,000
		Deviation from Linearity	85,524	12	7,127	1,081	,386
	Within Groups		566,897	86	6,592		
	Total		907,390	99			

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,174	2,829		3,597	,001		
	Kualitas Pelayanan	,189	,087	,185	2,171	,032	,867	1,153
	Produk Pembiayaan	,659	,106	,531	6,220	,000	,867	1,153

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,917	2,715		1,075	,285		
	Kualitas Pelayanan	,423	,081	,415	5,245	,000	,827	1,209
	Produk Pembiayaan	,326	,113	,263	2,881	,005	,620	1,613
	Minat Menjadi Nasabah	,215	,092	,216	2,345	,021	,612	1,633

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

LAMPIRAN 7

UJI HIPOTESIS

Analysis Summary**Date and Time**

Date: 28 April 2014

Time: 15:29:46

Title

Regress: 28 April 2014 15:29

Notes for Group (Group number 1)

The model is recursive.

Sample size = 100

Variable Summary (Group number 1)**Your model contains the following variables (Group number 1)**

Observed, endogenous variables

Y1

Y2

Observed, exogenous variables

X1

X2

Unobserved, exogenous variables

e1

e2

Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 6

Number of observed variables: 4

Number of unobserved variables: 2

Number of exogenous variables: 4

Number of endogenous variables: 2

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	2	0	0	0	0	2
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	5	1	4	0	0	10
Total	7	1	4	0	0	12

Notes for Model (Default model)**Computation of degrees of freedom (Default model)**

Number of distinct sample moments: 10
 Number of distinct parameters to be estimated: 10
 Degrees of freedom (10 - 10): 0

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = ,000
 Degrees of freedom = 0
 Probability level cannot be computed

Estimates (Group number 1 - Default model)**Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)****Maximum Likelihood Estimates****Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y1 <--- X1	,189	,086	2,194	,028	
Y1 <--- X2	,659	,105	6,284	***	
Y2 <--- X1	,423	,079	5,327	***	
Y2 <--- X2	,326	,111	2,926	,003	
Y2 <--- Y1	,215	,090	2,382	,017	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Y1 <--- X1	,185
Y1 <--- X2	,531
Y2 <--- X1	,415
Y2 <--- X2	,263
Y2 <--- Y1	,216

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X1 <--> X2	2,622	,770	3,404	***	

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
X1 <--> X2	,364

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X1	8,750	1,244	7,036	***	
X2	5,928	,843	7,036	***	
e1	5,607	,797	7,036	***	
e2	4,509	,641	7,036	***	

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Y1	,388
Y2	,503

Matrices (Group number 1 - Default model)**Total Effects (Group number 1 - Default model)**

	X2	X1	Y1
Y1	,659	,189	,000
Y2	,467	,463	,215

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	X2	X1	Y1
Y1	,531	,185	,000
Y2	,378	,455	,216

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	X2	X1	Y1
Y1	,659	,189	,000
Y2	,326	,423	,215

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	X2	X1	Y1
Y1	,531	,185	,000
Y2	,263	,415	,216

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X2	X1	Y1
Y1	,000	,000	,000
Y2	,142	,041	,000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X2	X1	Y1
Y1	,000	,000	,000
Y2	,114	,040	,000

Matrices (Group number 1 - Default model)**Total Effects (Group number 1 - Default model)**

	X2	X1	Y1
Y1	,659	,189	,000
Y2	,467	,463	,215

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	X2	X1	Y1
Y1	,531	,185	,000
Y2	,378	,455	,216

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	X2	X1	Y1
Y1	,659	,189	,000
Y2	,326	,423	,215

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	X2	X1	Y1
Y1	,531	,185	,000
Y2	,263	,415	,216

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X2	X1	Y1
Y1	,000	,000	,000
Y2	,142	,041	,000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X2	X1	Y1
Y1	,000	,000	,000
Y2	,114	,040	,000

