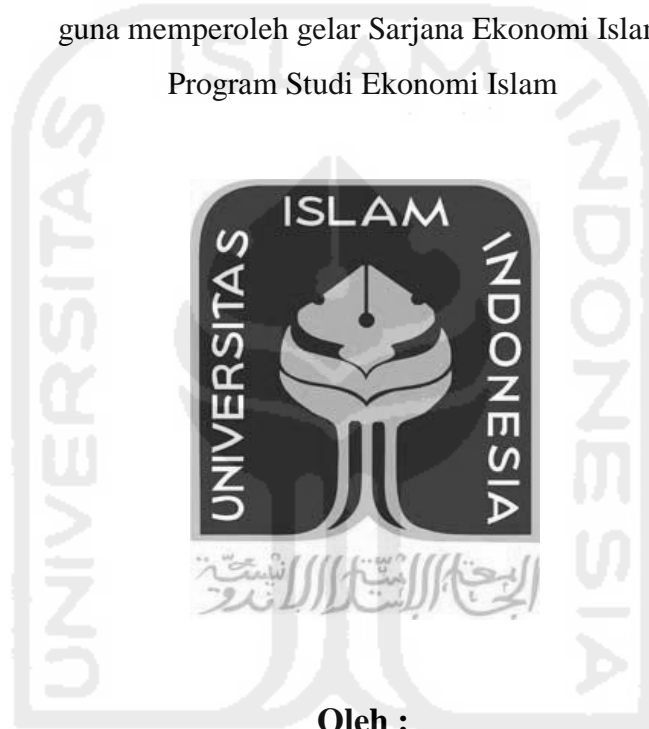


**Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Untuk Menjadi
Nasabah Bank Syariah Atau Konvensional Studi Kasus Di Kementerian Agama
Kabupaten Wonogiri**

*The factors To effect Of
Decision Employees To Be Or Conventional Islamic Bank Customer Case Study In
Religious Affairs Of Wonogiri*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :

ARIF AHMADI

11423027

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2016

ABSTRAK
Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Atau Konvensional Studi Kasus Di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri

Oleh :
Arif Ahmadi
11423027

Dalam beberapa tahun terakhir jasa layanan semakin mendapatkan perhatian dari kalangan dunia usaha, terutama pada industri atau perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa seperti halnya perbankan yang tumbuh dan berkembang, semakin banyak menawarkan berbagai jenis produk perbankan dan jasa perbankan. Hal ini menyebabkan usaha perbankan menghadapi persaingan yang sangat ketat apalagi didukung dengan semakin mudahnya prosedur mendirikan Bank dan membuka jaringan kantor cabang, gencarnya promosi dan pemasangan iklan, serta menawarkan produk tabungan berhadiah. Keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan dan diekspresikan melalui hal – hal seperti : komitmen untuk membeli produk dari perusahaan jika membutuhkan produk lainnya, komitmen untuk memberikan rekomendasi pada orang lain, niat untuk menambah jumlah tabungan, niat atau keinginan memberikan hal – hal positif perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari faktor - faktor Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi apakah berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah atau konvensional, selain itu untuk mengetahui faktor yang paling dominan dari 4 faktor tersebut dalam menentukan keputusan untuk menabung. Metode pengambilan data yang digunakan dengan cara membagi kuisioner dengan responden seluruh pegawai kementerian agama kabupaten wonogiri. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variable promosi sangat berpengaruh signifikan, hal ini di sebabkan banyaknya promosi dari bank konvensional yang berada di media cetak maupun elektronik dibandingkan dengan bank syariah yang kurang dalam hal promosi

Kata kunci : Keputusan Nasabah , Pegawai Kementerian Agama , Faktor-Faktor

ABSTRACT

The factors To effect Of Decision Employees To Be Or Conventional Islamic Bank Customer Case Study In Religious Affairs Of Wonogiri

***from:
Arif Ahmadi
11423027***

In several last year the services of serveget the attention by business world, particularly in industries or companies engaged in the field of banking services as well as grow and develop, more and more offer various types of banking products and banking services. This make to the banking business to fight the competition especially supported by the easy procedure established Bank and to open a branch office networks, the promotion and advertising, as well as offering savings products with prizes. Decisions customers to save is the ultimate effect of a purchase which is defined as an attitude and intention to be have in the future and expressed through things - things such as: a commitment to purchase products from the company if need other products, commitment to provide recommendations on others, the intention to add the amount of savings, intentions or desire to give things - positive things the company. The purpose of this study was to determine the effect of factors - factors Products, Services, Promotions, location does affect the customer's decision to save money in Islamic banks and conventional, in addition to knowing the most dominant factor of four factors in determining the decisions to save. The data collection method used by dividing the employee question naires with respondents a cross the religious ministry Wonogiri district. The study concluded that the sale is very influential variable significantly, it caused many promotions from conventional banks which are in print and electronic media in comparison with sharia bnak less in terms of promotion

Keywords: Decision of the Customer, Employee Ministry of Religious Affairs, Factors

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Arif Ahmadi
NIM : 11423027
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Penelitian : Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai
Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Atau Konvensional
Studi Kasus Di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan dan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta 12 Desember 2016



Penulis

Arif Ahmadi

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :


Nama Mahasiswa : Arif Ahmadi

Nomor Mahasiswa : 11423027

Judul Penelitian : Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai
Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Atau Konvensional
Studi Kasus Di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 16 Maret 2016


H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec

NOTA DINAS

Hal : SKRIPSI

Kepada : Yth. **Dekan Fakultas Agama Islam**
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta.

Assalamu 'alaikum Wr Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 679/Dek/60/DAS/FIAI/III/2016 tanggal 16 Maret 2016 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama Mahasiswa : Arif Ahmadi

Nomor Pokok/NIMKO : 11423027

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2016/2017

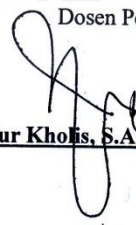
Judul Skripsi : Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Atau Konvensional Studi Kasus Di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksemplar skripsi yang dimaksud.

Wassalamu 'alaikum Wr Wb

Dosen Pembimbing,


H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiai@uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 15 Maret 2017
Judul Skripsi : Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah atau Konvensional Studi Kasus di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri
Disusun oleh : ARIF AHMADI
Nomor Mahasiswa : 11423027

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag
Penguji I : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM
Penguji II : Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I.
Pembimbing : H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec.



Yogyakarta, 16 Maret 2017

Dr. H. Iamyiz Mukharrom, MA

- Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015
- Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2015
- Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan skripsi ini teruntuk kedua orang
tua ku yang tidak lupa memberikan
dukungan dan doanya*



MOTTO

Kamu sekalian adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggung jawabannya mengenai orang yang dipimpinnya.

(H. R. Bukhari Muslim)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah”

(H.R. Turmudzi)

KATA PENGANTAR



As-salāmu 'alaikum warahmatullāhi wabarakātuh

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يُضِلِّ اللَّهُ فَلَا هَادِيَ لَهُ. وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ.

Alhamdulillahirabbil'alamīn, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, kesempatan, dan kemudahan kepada kita semua dalam menjalankan amanah yang menjadi tanggung jawab kita. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya, karena berkat beliau kita dapat hijrah dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang seperti sekarang ini.

Tidak terasa waktu yang telah dilalui dan seperti menjadi mahasiswa baru yang berbondong mendaftarkan diri untuk bisa masuk ke universitas Islam Yogyakarta untuk mengejar impian dan menambah wawasan pengetahuan yang ada pada kampus tertua di kota Yogyakarta, begitu banyak kegiatan yang telah dilalui seperti kuliah umum pertama diambil langsung oleh rektor, kuliah reguler, organisasi intra kampus, kuliah kerja nyata dan samapi akhirnya akan wisuda oleh rektor kembali.

Begitu singkat waktu yang telah dilampai secara barakah selama berapa tahun silam ini yang banyak memberikan berbagai wawasan yang sangat bermanfaat dan begitu pula untuk diterapkan dimasa akan datang. Hal itu untuk bisa memberikan manfaat kepada masyarakat luas sebagai pengetahuan untuk orang banyak.

Sebagaimana disusunnya penelitian ini sebagai salah satu syarat kelulusan yang telah ditetapkan oleh UII, namun menyusun semua ini karena paham, UII memberikan ilmu pengetahuannya untuk bersikap ilmiah terhadap fenomena yang terjadi pada masyarakat. Yang telah di teliti dalam sebuah penelitian, bukan hanya berkomentar pada yang tidak ada gunanya.

Ada kalanya penilitan ini diharapkan mendapat respon yang positif seluruh akademisi UII dan kepada pihak yang terkait. Dari itu banyak harapan agar kedepannya penelitian ini sebagai acuan yang bermanfaat untuk penerus penelitian ini. Bagi kaum ekonomi rabbani yang menyebarkan syiar membumikan Ekonomi Islam di bumi indonesia.

Sebuah ilmu untuk disadari selama menimbah ilmu di Yogyakarta sebagai pacuan mahasiswa dan penulisan penelitian skripsi ini tidak lepas pada bimbingan, arahan dan dorongan agar semangat dan bantuan baik materi pun non materi dari berbagai pihak, sehingga yang telah di di buat dapat terlaksana dengan baik dan dapat menyelesaikan dengan waktu yang di targetkan. Oleh karena iti memberikan ucapan yang banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Islam Indonesia, Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc, beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. M. Tamyiz Mukharram, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag. selaku pimpinan program studi Ekonomi Islam yang menaungi kami selama ini.
4. Bapak H. Nur Kholis, S.Ag,M.Sh.Ec selaku Dosen Pembimbing Skripsi kami yang tak pernah lelah mengalirkan ilmunya kepada kami.
5. Segenap dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis, semoga kemanfaatan ilmu yang diberikan dapat terus mengiringi penulis sampai akhir hayat.
6. Kedua orang tuaku di Rumah yang selalu mendoakan anaknya yang terbaik yang tidak pernah bosan untuk memberikan nasihat nasihat kepada anaknya agar menjadi lebih baik.

7. Keluarga besar dirumah yang selalu memberikan dukungan dan doanya sehingga selesainya studi S1 ini.
8. Sahabat serta teman – teman khususnya MUHAMMAD SYAIFULAH dan EKIS 2011 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga segala pencerahannya, bimbingan, doa dan pencerahan yang telah diberikan, semoga mendapatkn imbalan dari Allah SWT. Tidak lupa juga meminta maaf apabila selama melampaui studi ini terdapat perbuatan yang tidak di inginkan sengaja maupun tidak sengaja. Bahwa menyadari kemampuan sepenuhnya yang terbatas. Oleh karena itu, angat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi menyempurnakan peelitian ini. Dan akhir kata semoga mendapatkan manfaat bagi smua yang membaca penelitian ini dan membutuhkannya.

Wassalāmu’alaikum warahmatullāhi wabarakātuh

Yogyakarta,9 Desember 2016

Penulis

Arif Ahmadi

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu pro gram penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pem bakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas me rumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-

Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahannya tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional. Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantudalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang adahubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut.

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta' marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

Berikut penjelasannya secara berurutan:

1. Konsonan

Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣ a	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥ a	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣ ad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍ ad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ظ	Ṭ a	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Z a	z	zet (dengan titik di bawah)

ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I

—	Dhammah	U	U
---	---------	---	---

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ ...	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُ ...	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba
فَعَلَ - fa'ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ ...	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
إِ ...	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
أُ ...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla
رَمَى - ramā
قِيلَ - qīla
يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	- raudah al-atfāl
	- raudatul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
	- al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةَ	- talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَّلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-hajj

نعم - nu''ima

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

القَلَمُ - al-qalamu

البَدِيعُ - al-badi'u

الْجَلَالُ - al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٍ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أَمْرَتْ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn
	Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān
	Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl
	Ibrāhīmūl-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīla
	Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓi bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramadān al-laẓi unzila fih al- Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ	Syahru Ramadān al-laẓi unzila fihil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ	Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرًا مِنَ اللَّهِ وَفَتْحًا قَرِيبًا	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amru jamī'an Lillāhil-amru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alīm

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiii
DAFTAR ISI	xxiii
DAFTAR TABEL	xxvii
DAFTAR BAGAN	xxviii
DAFTAR DIAGRAM	xxix
DAFTAR LAMPIRAN	xxx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Hipotesis	6
F. Sistematika Pembahasan	7

BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Tela'ah Pustaka.....	8
B. Kerangka Teori	11
1. Bank Syariah.....	11
2. Bank Konvensional.....	12
3. Perbedaan Bank Syariah Dan Konvensional.....	13
4. Pengertian Bagi Hasil.....	18
5. Pengertian Suku bunga.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Lokasi penelitian.....	20
B. Jenis penelitian.....	20
C. Sumber Data.....	20
D. Teknik Pengumpulan Data.....	21
E. Definisi Operasional Variabel.....	22
F. Populasi dan Sampel.....	23
G. Metode Analisis Data.....	24
H. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	27
1. Uji Validitas.....	27
a. Uji Validitas Syariah.....	27
b. Uji Validitas Konvensional.....	30
2. Uji Reabilitas.....	32
a. Uji Reabilitas Syariah.....	32
b. Uji Reabilitas Konvensional.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Lokasi Penelitian	35
1. Sejarah kementerian agama	35
2. Visi dan Misi.....	37
3. Struktur Organisasi.....	38

B. Hasil Analisis Data Deskriptif.....	39
1. Responden Bank Konvensional	39
a. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Umur.....	39
b. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Jenis Kelamin.....	40
c. Gambaran Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
d. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Pendidikan.....	41
e. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Pendapatan per Bulan	43
2. Responden Bank Syariah	44
a. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Umur	44
b. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Jenis Kelamin.....	45
c. Gambaran Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
d. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Pendidikan	46
e. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Pendapatan per Bulan	47
C. Hasil Analisis Data Kuantitatif.....	49
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
a. Analisis Regresi Linier Berganda Syariah.....	49
b. Analisis Regresi Linier Berganda Konvensional.....	51
2. Uji hipotesis	53
a. Uji hipotesis Syariah.....	53
1) Uji Partial (Uji T).....	53
2) Uji Simultan (Uji F).....	55
3) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4) Uji Variabel Paling Dominan.....	56
b. Uji hipotesis Konvensional.....	57
1) Uji Partial (Uji T).....	57
2) Uji Simultan (Uji F).....	60
3) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
4) Uji Variabel Paling Dominan.....	61
D. Uji Asumsi Klasik.....	62
1. Pengertian Asumsi Klasik.....	62
a. Uji Normalitas.....	63
1) Uji Normalitas Syariah.....	63

2) Uji Normalitas Konvensional.....	63
b. Uji Multikolinearitas.....	63
1) Uji Multikolinearitas Syariah.....	64
2) Uji Multikolinearitas Konvensional.....	64
c. Uji Heteroskedastisitas.....	65
1) Uji Heteroskedastisitas Syariah.....	65
2) Uji Heteroskedastisitas Konvensional.....	66
d. Uji Autokorelasi.....	66
1) Uji Autokorelasi Syariah.....	67
2) Uji Autokorelasi Konvensional.....	67
E. Pembahasan.....	69
1. Pelayanan.....	69
2. Lokasi.....	69
3. Produk.....	70
4. Promosi.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 .Perbedaan bank syariah dan konvensional.....	13
2. Tabel 3.1. Hasil uji Validitas pelayanan bank syariah.....	27
3. Tabel 3.2. Hasil uji Validitas lokasi bank syariah.....	28
4. Tabel 3.3. Hasil uji Validitas produk bank syariah.....	27
5. Tabel 3.4. Hasil uji Validitas promosi bank syariah.....	29
6. Tabel 3.5. Hasil uji Validitas keputusan nasabah bank syariah.....	29
7. Tabel 3.6. Hasil uji Validitas pelayanan bank konvensional.....	30
8. Tabel 3.7. Hasil uji Validitas lokasi bank konvensional.....	31
9. Tabel 3.8. Hasil uji Validitas produk bank konvensional.....	31
10. Tabel 3.9. Hasil uji Validitas promosi bank konvensional.....	31
11. Tabel 3.10. Hasil uji Validitas keputusan nasabah bank konvensional.....	32
12. Tabel 3.11. Hasil uji Reliabilitas bank syariah.....	32
13. Tabel 3.12. Hasil uji Reliabilitas bank konvensional.....	33
14. Tabel 4.1. Hasil Regresi linier berganda syariah	50
15. Tabel 4.2. Hasil Regresi linier berganda konvensional.....	50
16. Tabel 4.3 .Hasil uji simultan bank syariah.....	55
17. Tabel 4.4 Hasil uji koefisien determinasi bank syariah.....	56
18. Tabel 4.5 Hasil Uji Variabel Dominan bank syariah.....	57
19. Tabel 4.6 .Hasil uji simultan bank konvensional.....	60
20. Tabel 4.7 Hasil uji koefisien determinasi bank konvensional.....	61
21. Tabel 4.8 Hasil Uji Variabel Dominan bank konvensional.....	61
22. Tabel 4.9 Hasil uji normalitas bank syariah.....	63
23. Tabel 4.10 Hasil uji normalitas bank konvensional.....	63
24. Tabel 4.11 Hasil uji Multikoleniaritas bank syariah.....	64
25. Tabel 4.12 Hasil uji Multikoleniaritas bank konvensional.....	64
26. Tabel 4.13 Hasil uji Heteroskedastisitas bank syariah.....	65
27. Tabel 4.14 Hasil uji Heteroskedastisitas bank konvensional.....	66
28. Tabel 4.15 Hasil uji autokorelasi bank syariah.....	67
29. Tabel 4.16 Hasil uji autokorelasi bank konvensional.....	67

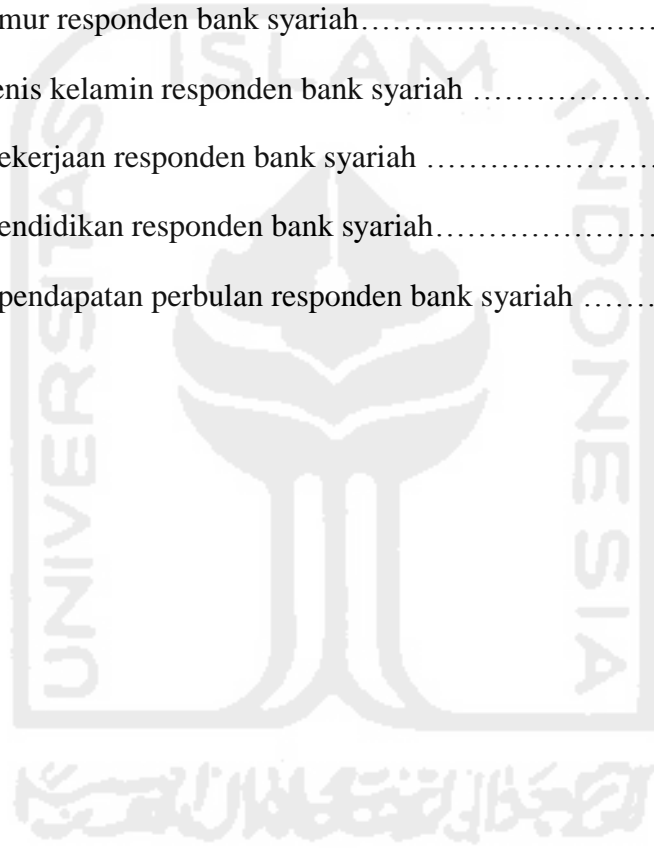
DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 struktur organisasi kementerian agama38



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 umur responden bank konvensional.....	39
Diagram 4.2 jenis kelamin responden bank konvensional	40
Diagram 4.3 pekerjaan responden bank konvensional.....	41
Diagram 4.4 pendidikan responden bank konvensional.....	42
Diagram 4.5 pendapatan perbulan responden bank konvensional	43
Diagram 4.6 umur responden bank syariah.....	44
Diagram 4.7 jenis kelamin responden bank syariah	45
Diagram 4.8 pekerjaan responden bank syariah	46
Diagram 4.9 pendidikan responden bank syariah.....	47
Diagram 4.10 pendapatan perbulan responden bank syariah	48



DAFTAR LAMPIRAN

A. Kuisiomer	88
B. Data Kuisiomer	92
C. Hasil uji korelasi	93



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir jasa layanan semakin mendapatkan perhatian dari kalangan dunia usaha, terutama pada industry atau perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa seperti halnya perbankan yang tumbuh dan berkembang, semakin banyak menawarkan berbagai jenis produk perbankan dan jasa perbankan. Saat ini banyak sekali bermunculan perusahaan yang bergerak di sektor jasa dan pelayaran, hal ini menjadi suatu bagian yang terpenting supaya perusahaan selalu dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan dapat dengan mudah menarik konsumen baru. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan jasa merupakan meruakan salah satu sector penunjang keberhasilan ekonomi. Hal ini menyebabkan usaha perbankan menghadapi persaingan yang sangat ketat apalaigi didukung dengan semakin mudahnya prosedur mendirikan Bank dan membuka jaringan kantor cabang, gencarnya promosi dan pemasangan iklan, serta menawarkan produk tabungan berhadiah. Dalam upaya meningkatkan daya saing, pihak bank harus mampu mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Bank sebagai lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat penting bagi kelancaran aktifitas perekonomian suatu bangsa. Dengan semakin meningkatnya tingkat perekonomian suatu bangsa akan semakin banyak pula kebutuhan masyarakat akan lembaga keuangan. (Setiawan, 2002)

Keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan dan diekspresikan melalui hal – hal seperti : komitmen untuk membeli produk dari perusahaan jika membutuhkan produk lainnya, komitmen untuk memberikan rekomendasi pada orang lain, niat untuk menambah jumlah tabungan, niat atau keinginan memberikan hal – hal positif perusahaan.

Menurut Hasibuan, Bank adalah badan usaha dalam bidang lembaga keuangan yang kekayaannya terutama dalam bentuk asset keuangan (financial asset) dan bermotifkan profit dan juga social, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja. Menurut Alma, Bank adalah usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk – bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dalam persaingan di dunia bisnis perbankan yang semakin kompetitif dan dengan banyaknya jumlah bank yang berdiri saat ini, terdapat beberapa alasan yang menjadi beban pertimbangan konsumen untuk menjadi nasabah pada suatu bank yang menjadi pilihan tersebut. Alasan tersebut salah satunya karena berbagai macam produk yang bervariasi yang ditawarkan suatu bank. Terkadang konsumen menjadi nasabah dua atau lebih bank, dikarenakan adanya kebutuhan produk atau jasa yang tidak dapat terpenuhi dari salah satu bank tersebut mengakibatkan persaingan antar bank dalam menghimpun dana masyarakat sebanyak – banyaknya ditempuh melalui bermacam – macam cara antara lain dengan mengeluarkan jenis – jenis tabungan baru yang dilengkapi dengan sejumlah atribut yang dapat merangsang minat masyarakat untuk menabung.

Pemilihan produk bank oleh nasabah seringkali lebih didasarkan pada aspek informasi mengenai manfaat yang akan diperoleh dari produk bank tersebut. Bank berusaha lebih dekat dengan konsumen melalui berbagai macam pendekatan misalnya berbagai macam produk layanan, promosi, suku bunga yang menarik, hadiah dan membuka cabang dan unit baru yang letaknya mudah dijangkau oleh masyarakat. Pada sisi lain, kurangnya informasi dan promosi yang memadai mengenai produk bank, dapat menimbulkan penyimpangan – penyimpangan kegiatan usaha perbankan yang dapat merugikan nasabah dan merugikan calon konsumen tidak tertarik menabung di bank tersebut. Sehingga diperlukan adanya transparansi informasi mengenai produk bank untuk meningkatkan *good governance* di sector perbankan. (Anggriawan, 2004)

Di Indonesia Islam merupakan Agama mayoritas dibandingkan dengan agama – agama lain. Melihat dari latar belakang Agama di Negara ini maka idealnya masyarakat atau warga negara Republik Indonesia lebih memilih bertransaksi di bank – bank berbasis syariah yang kehalalannya lebih bias di jamin di bandingkan bank Konvensional. Namun kenyataannya yang terjadi di lapangan masyarakat lebih condong memilih bertransaksi di bank – bank konvensional di banding bank berbasis syariah. Ironisnya Kementerian Agama kota Bengkulu Pemerintah bernaung di Departemen Agama Islam sendiri banyak bertransaksi di Bank Konvensional bahkan mereka mengetahui bahwasannya bunga bank itu mengandung Riba tetapi mereka tetap bertransaksi di Bank Konvensional. Dalam Al-Qur’an Allah SWT telah menerangkan dalam surat Ar – Ruum ayat 39 :



“dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).”

Kementerian agama kabupaten wonogiri adalah suatu cerminan agama sebagai tolok ukur beragama, tetapi dalam prakteknya di dalam memilih dan memutuskan untuk menjadi nasabah bank belum bisa dijadikan contoh bagi masyarakat. Karena dalam praktiknya pegawai dan karyawan kementerian

agama masih menggunakan bank konvensional sebagai bank yang dipercaya untuk bertransaksi. Hal ini dapat berdampak kepada sikap masyarakat yang akan meniru dari gaya hidup pegawai dan karyawan kementerian agama. Prosentase dalam survey lapangan menunjukkan bahwa pegawai dan karyawan kementerian agama kabupaten wonogiri bersifat konsumtif sehingga mudah terpengaruh dengan iming – iming yang di tawarkan oleh bank konvensional.

Sejalan dengan membuminya Bank – bank yang berbasis syariah , di daerah – daerah telah banyak berdiri bank – bank syariah. Dikalangan masyarakat juga telah banyak yang mengetahui tentang bank syariah dan ada juga sebagian masyarakat yang belum mengetahui tentang Bank Syariah. Banyak masyarakat yang berbeda pendapat mengenai Bank Syariah . Ada yang setuju dan senang dengan adanya Bank Syariah dan ada yang berpendapat bahwa bank syariah tidak berbeda dengan Bank Konvensional. Perbedaan persepsi tidak hanya ditemui pada lingkungan masyarakat , namun juga di temui pada lingkungan Kementerian Agama Islam yang masih berbeda pemahaman tentang Bank Syariah. (Desnita, 2012)

Gaya hidup dan perekonomian masyarakat yang konsumtif menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah yang meliputi masyarakat umum maupun di dalam Kementerian Agama Islam di Wonogiri memilih menjadi nasabah Bank syariah ataupun Bank konvensional. Hal ini berdampak kepada sikap masyarakat dalam menentukan sebuah ilhan dalam bertransaksi , karena sudah di tawari dengan iming – iming yang menggiurkan.

Dari uraian diatas,terlihat bahwa cerminan dari masyarkat khusus nya dalam Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri, Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Atau Konvensional Studi Kasus Di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri”**

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka perumusan masalahnya sebagai berikut :

- 1) Apa saja faktor yang mempengaruhi pegawai Kementerian Agama (KEMENAG) untuk menjadi nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional ?
- 2) Apakah Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank?
- 3) Apakah faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank ?

C. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis apa saja yang mempengaruhi pegawai Kementerian Agama (KEMENAG) dalam memilih menjadi nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional.
- 2) Untuk mengidentifikasi apakah Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi berpengaruh kepada pegawai Kementerian Agama (KEMENAG) dalam memilih menjadi nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional.
- 3) Untuk menganalisis faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank.

G. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk menambah pengetahuan yang telah didapatkan di bangku kuliah mengenai Bank Syariah dan Bank Konvensional, sehingga penulis akan mendapatkan pemahaman dan praktek yang lebih mendalam.
- b. Bagi Mahasiswa, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam menentukan keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah atau bank

konvensional dan mengidentifikasi sumber daya manusia (SDM) dalam menyikapi perbankan syariah di Indonesia.

- c. Bagi Pengembangan Akademik, penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai penentuan menjadi nasabah dan meningkatkan pengetahuan yang di pelajari di kampus akan praktek – praktek ekonomi islam dalam kehidupan sehari – hari.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah sesuatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. (Kuncoro, 2013)

Berpedoman pada masalah yang ada, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H1: Ada pengaruh produk, pelayanan, promosi, lokasi, terhadap keputusan nasabah secara simultan.
- H2: Ada pengaruh produk terhadap Keputusan Pegawai Kementerian Agama (KEMENAG) Menjadi Nasabah Bank Syariah Dan Bank Konvensional.
- H3: Ada pengaruh pelayanan terhadap Keputusan Pegawai Kementerian Agama (KEMENAG) Menjadi Nasabah Bank Syariah Dan Bank Konvensional.
- H4: Ada pengaruh promosi terhadap Keputusan Pegawai Kementerian Agama (KEMENAG) Menjadi Nasabah Bank Syariah Dan Bank Konvensional.
- H5: Ada pengaruh lokasi terhadap Keputusan Pegawai Kementerian Agama (KEMENAG) Menjadi Nasabah Bank Syariah Dan Bank Konvensional.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas latar belakang masalah dari penelitian keputusan nasabah di kementerian agama kabupaten wonogiri, perumusan masalah tentang masalah yang terjadi di kementerian agama dalam masalah keputusan nasabah untuk menabung, tujuan dan manfaat penelitian ini untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi dalam memutuskan untuk menjadi nasabah bank, dan telaah pustakamerupakan paparan penelitian terdahulu.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti seperti Faktor - faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menabung di bank syariah maupun konvensional.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan antara lain mengenai tempat dan lokasi penelitian, sifat dan jenis penelitian, jenis dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, metode analisis data, pengujian hipotesis yang berpengaruh dalam keputusan nasabah di kementerian agama kabupaten wonogiri.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang analisis menyeluruh atas penelitian yang dilakukan, hasil statistik yang diinterpretasikan dan pembahasan dikaji secara mendalam hingga tercapai hasil analisis dan penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian keputusan nasabah ini. Selain itu juga berisi saran dari penulis yang ditujukan kepada perusahaan yang berhubungan dengan objek dan tujuan penelitian serta analisis yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Untuk melakukan sebuah penelitian, perlu adanya acuan atau referensi yang telah ada sebelumnya. Pembahasan mengenai analisis diskriminan nasabah dalam memilih bank belum banyak di bahas, pada umumnya pembahasan seperti ini akan dibahas dalam menentukan bank yang akan dipilih pribadi masing – masing dan menurut mereka baik dan bagus dalam segala hal , namun penulis berusaha melakukan penelitian terhadap literature yang relevan. penelitian yang terdahulu yang telah penulis telaah, diantaranya sebagai berikut

Menurut jurnal yang di tulis oleh Raihanah Daulay memaparkan bahwa Kualitas Pelayanan dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap keputusan menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri di kota Medan. Hal ini berarti kedua faktor tersebut perlu menjadi perhatian dalam pengambilan kebijakan dan keputusan dengan menetapkan langkahlangkah strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan memperhatikan faktorfaktor tersebut. Bagi hasil mempunyai pengaruh paling besar yang mempengaruhi keputusan menabung nasabah dilanjutkan dengan pelayanan. Ini menunjukkan keputusan menabung nasabah Bank Syariah Mandiri dipengaruhi adanya pengetahuan tentang bagi hasil. Jika perusahaan mampu mengelola dengan baik dana yang disimpan nasabah maka bagi hasil yang diperoleh akan lebih besar pula. Jika perusahaan mampu melaksanakannya maka tidak sulit bagi perusahaan untuk menarik nasabah untuk membuat keputusan menabung di bank syariah. Kualitas pelayanan adalah sangat penting diperhatikan Bank Syariah Mandiri di kota Medan, mengingat pelayanan yang diberikan kepada nasabah masih kurang. Pelayanan yang dimaksud adalah meningkatkan fasilitas jaringan pelayanan dan menambah sarana ATM, sehingga memberikan kemudahan-kemudahan bagi nasabah. (Raihanah Daulay, 2011)

Karakteristik dominan yang dimiliki oleh responden adalah usia 40-50 tahun, pekerjaan utama yang dominan adalah wirausaha/pengusaha, pendidikan terakhir rata-rata SMA ke atas, status dalam keluarga didominasi oleh bapak/suami dengan jumlah keluarga kurang dari 4 orang. Proses pengambilan keputusan menabung yang mempengaruhi nasabah dalam menabung di bank BNI Cabang Cianjur adalah :

- 1) Tahap pengenalan kebutuhan, yaitu tujuan menabung untuk mengantisipasi keperluan mendadak dan jenis produk simpanan yang paling diminati simpanan giro.
- 2) Tahap pencarian informasi, yaitu sumber informasi utama yang diperoleh nasabah mengenai produk simpanan berasal dari media elektronik. Sedangkan sumber informasi mengenai produk-produk BNI adalah informasi dari pihak bank.
- 3) Tahap alternatif menjadi pertimbangan awal bagi nasabah dalam pengambilan keputusan menabung adalah faktor keamanan uang dan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pemilihan produk simpanan bersumber pada diri sendiri.
- 4) Tahap keputusan menabung, pola nasabah dalam menabung untuk rekening giro paling banyak adalah satu kali dalam sebulan, dengan jumlah uang yang disimpan Rp. 1.000.001 – Rp. 3.000.000.
- 5) Perilaku setelah menabung, banyaknya waktu pengambilan uang dari tabungan dalam sebulan rata-rata sebulan sekali, yaitu jumlah uang yang diambil dari rekening giro Rp. 1.000.001 – Rp. 3.000.000 dan jumlah saldo yang dimiliki pada rekening giro Rp. 1.000.001 – Rp. 3.000.000.

Hasil analisis regresi linear berganda yang menjadi pertimbangan nasabah dalam menabung pada BNI Cabang Cianjur adalah faktor kepercayaan nasabah dan pelayanan. Faktor yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan menabung pada BNI Cabang Cianjur adalah faktor pelayanan, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi paling besar (0,506). Maka penerapan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh BNI Cabang Cianjur

adalah peningkatan pelayanan terhadap kepentingan nasabah. (Agus Basuki, Ma'mun Sarma dan Budi Purwanto, 2008)

Dalam jurnal, "Journal of Indonesian Applied Economics, Malang, Indonesia)" oleh Ghozali Masaki, 2010, memaparkan secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk itu dari sisi bank syariah harus dapat membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen. (Masaki, 2010)

Menurut jurnal ekonomi dan keuangan yang ditulis oleh Evi Yupiter dan Raina Linda Sari Evi, Medan, Indonesia, 2012 menjelaskan bahwa menurut Zulpahmi (2010) faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa Bank syariah adalah sebagai berikut: Tidak adanya bunga (riba), Seluruh produk sesuai syariah, Sistem bagi hasil yang adil dan menentramkan, Diinvestasikan pada pekerjaan yang halal dan berkah, Diinvestasikan untuk peningkatan ekonomi dhuafa (lemah), Pelayanan yang cepat dan efisien, Sumber Daya Manusia yang profesional dan transparan, Sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, Adanya jaminan keamanan dana nasabah, Produk yang beragam, menarik dan inovatif, Lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, Proses bagi hasil yang sama-sama menguntungkan, Fasilitas ATM dan cabang mudah ditemukan, Pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit, Bangunan dan ruangan Bank yang bersih dan nyaman, Promosi dari bank, Adanya dorongan dari pihak lain, Sosialisasi melalui tokoh masyarakat dan ulama, Adanya konsep yang saling menguntungkan, Suku bunga di Bank konvensional tidak tetap. (Yupiter, 2012)

Dari hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa orang di atas, bahwa banyak dijelaskan mengenai faktor – faktor atau alasan yang mempengaruhi nasabah dalam menentukan bank . Penelitian terdahulu di atas masih banyak yang meneliti kepada nasabah bank yang sudah ada dan sangat sedikit yang membahas tentang faktor – faktor atau alasan dari nasabah khususnya di Kementerian Agama (KEMENAG), adapun yang meneliti tentang alasan atau faktor untuk menjadi nasabah bank tetapi dalam prakteknya berbeda, maka dari itu penulis mengambil judul ini.

B. Kerangka Teori

1 Bank Syariah.

Bank berasal dari kata Italia banco yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank. (Hasibuan, 2002) Definisi bank syariah menurut Muhammad sebagai berikut : Bank Islam adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW. (Muhammad, 2002) Syarif Arbi mendefinisikan bank syariah adalah : Bank yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan jasa perbankan, dengan teknik perbankan yang dilakukan terjauh dari yang bertentangan dengan ajaran agama Islam. (Syarif, 2002)

2 Bank Konvensional

Bank Konvensional yaitu bank yang aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya, memberikan dan mengenakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana untuk suatu periode tertentu. Persentase tertentu ini biasanya ditetapkan per tahun. (Triandaru, 2006)

1) Peranan Bank

Secara perinci dapat dikemukakan bahwa peranan perbankan diantaranya adalah (iska, 2012):

- a) Pengumpul dana (tabungan) dan pemberi kredit.
- b) Tempat menabung yang efektif-produktif bagi masyarakat
- c) Pihak manaemen pembayaran
- d) Mempercepat dan memperlancar masa pembayaran dengan inkaso, pemindahan, kliring dll.
- e) Stabilisasi moneter dengan mengukur JUB melalui paket – paket perbankan
- f) Keamamnan tabungan lebih terjamin.

2) Fungsi perbankan

Fungsi utama perbankan di Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Secara umum dapat dikategorikan menjadi dua fungsi yaitu fungsi perantara dan fungsi transmisi. (iska, 2012)

a) Fungsi Perantara

Menyediakan kuasa untuk aliran dana dari mereka yang mempunyai dana yang tidak dimanfaatkan atau kelebihandana selaku penabung dan pemberi pinjaman kepada mereka yang memerlukan atau kekurangan dana untuk memenuhi berbagai kepentingan selaku peminjam.

b) Fungsi Transmisi

Berkaitan dengan peranan bank dalam urusan pembayaran dan peredaran uang dengan menciptakan instrument uang kartal dan giral yang dapat diambil serta dipindahtangankan.

3 Perbedaan Bank Syariah Dan Konvensional

Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional menurut Muhammad Syafi'I Antonio (iska, 2012)

Tabel 2.1

Bank Syariah	Bank Konvensional
✓ Melakukan investasi yang halal saja	• Investasi yang halal dan haram
✓ Berdasarkan prinsip bagi hasil untung / rugi, jual, beli, dan sewa	• Memakai perangkat bunga
✓ Profit dan fallah oriented	• Profit oriented (tujuan untung semata)
✓ Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa DPS	• Tidak dapat dewan sejenis

4. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses pelanggan dalam membuat keputusan membeli, menggunakan barang-barang dan jasa yang dibeli, juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk atau jasa. Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen terlebih dahulu melalui beberapa tahapan sampai kepada keputusan membeli yaitu proses tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang atau jasa .

Nasabah masa kini dibanjiri oleh banyak pilihan jasa perbankan. Nasabah menentukan pilihan berdasarkan persepsi mereka akan kualitas, pelayanan, dan nilai. Konsumen saat ini semakin terdidik semakin banyak mempunyai uang, sehingga semakin banyak menuntut dari produsen. Kita percaya bahwa para nasabah memilih penawaran yang akan memberikan nilai yang tinggi. Para nasabah menginginkannilai maksimal, dengan dibatasi oleh biaya pencarian serta pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan yang terbatas. Konsumen akan membeli produk dari bank yang yang dalam persepsi konsumen tersebut menawarkan nilai terhantar pada nasabah. (Pradja, 2013)

5. Pengertian Tabungan

Pengertian tabungan berdasarkan perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan (Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998) adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat di tarik dengan cek, bilyet giro, atau lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Menurut Malayu S.P Hasibuan tabungan lainnya adalah semua tabungan pihak ketiga kepada bank yang administrasi pembukuannya dilakukan dalam buku tabungan, menabung dan penarikan tabungan dilakukan dengan slip tabungan dan slip penarikan yang telah disediakan oleh bank. (Rhamadaning, 2012)

6. Pemasaran Bank

Pemasaran merupakan ujung tombak bagi suatu perusahaan. Sukses atau tidaknya sebuah perusahaan tergantung dari segi pemasarannya. Jika pemasaran itu dapat menarik konsumen maka perusahaan tersebut akan mendapatkan profit (laba), dan begitu pula sebaliknya suatu perusahaan akan merugi jika pemasarannya tidak berjalan dengan baik. Menurut Kotler daefinisi pemasaran adalah proses social dan menejerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan

inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain.

Kegiatan pemasaran tidak lepas dari manajemen pemasaran. Fokus manajemen pemasaran adalah masalah pelanggan dan pesaing. Perusahaan-perusahaan sukses adalah perusahaan yang berorientasi pada dimensi-dimensi perusahaan, pesaing, dan pelanggan yang pada gilirannya akan menciptakan superior value dan performance value. Pemasaran bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabahnya. (Daulay, 2004)

7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung

Menurut Setiadi faktor yang mempengaruhi minat konsumen adalah faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri atas faktor pribadi, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, sikap dan motivasi. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas faktor promosi, produk, lokasi, dan pelayanan.

Menurut Fred Selnes bahwa pada bisnis-bisnis industry dan jasa, nama (merk) lebih sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan daripada dengan produk atau jasa itu sendiri. Karena itu salah satu pertimbangan nasabah dalam menabung di Bank adalah reputasi perusahaan tersebut di mata nasabahnya, karena kepercayaan merupakan salah satu faktor utama bagi nasabah untuk mempercayakan uangnya di tabung atau di investasikan pada bank tersebut.

Menurut Kotler “keputusan pembelian adalah tahap penilaian keputusan menyebabkan konsumen membentuk pilihannya di antara beberapa merk yang tergabung dalam perangkat pilihan”. Pengharapan konsumen dibentuk berdasarkan pengalaman konsumen itu sendiri, saran teman-teman dan iklan yang disampaikan perusahaan jasa. Konsumen memilih membeli jasa berdasarkan pengharapan ini. Proses sebelum sampai kepada keputusan membeli konsumen menjalani tahapan proses pengambilan keputusan. Pada tahap ini konsumen mempelajari terlebih

dahulu kelebihan dan kekurangan suatu produk. Pada produk jasa seperti jasa perbankan faktor pelayanan, fasilitas maupun keuntungan yang akan diperoleh konsumen sangat menjadi pertimbangan konsumen. (Adlani, 2010)

Berdasarkan kutipan diatas, maka peneliti memaparkan beberapa dari faktor tersebut yang mempengaruhi keputusan nasabah (fauzi, 2010) :

a. Kualitas Pelayanan

Pelayanan (service) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik

Pelayanan atau service merupakan cara promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh bank, karena jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik maka nasabah akan merasa puas dan hasil ini dapat dijadikan alat untuk menarik nasabah lebih banyak lagi .

Kualitas jasa merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas jasa berbeda dengan penilaian terhadap kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata (intangible) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan .Sebab perbedaan karakteristik ini, setiap penilaian kualitas jasa, nasabah sebagai pemakai jasa terlibat secara langsung serta ikut di dalam proses jasa tersebut, sehingga yang dimaksud dengan kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan nasabah terhadap jasa yang dipakai atau yang disarankan. Oleh karena itu perusahaan perbankan yang ingin memenangkan persaingan harus mampu untuk mengutamakan pelayanan kepada nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Perusahaan yang tidak memikirkan pelayanan akan kalah dalam persaingan.

b. Promosi

Agar produk mempunyai daya saing dipasar, setelah produk disesuaikan dengan permintaan pasar dan kombinasi harga produk telah disesuaikan dengan daya beli konsumen, selanjutnya perusahaan perlu memperkenalkan produk tersebut kepada calon konsumen. Kegiatan memperkenalkan produk dalam pemasaran disebut sebagai promosi. Promosi merupakan salah satu kegiatan bauran pemasaran yang sangat penting dilakukan perusahaan dalam rangka memperkenalkan produk ke pasar. Pada prinsipnya tujuan dari kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan selain untuk memperkenalkan produk kepada konsumen juga bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan.

Pengertian promosi menurut promosi adalah kegiatan atau upaya perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.

c. Lokasi

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Menurut Kotler salah satu kunci sukses adalah lokasi. Lokasi di mulai dengan memilih komunitas, keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Hubungan lokasi terhadap keputusan pembelian menurut Ma'ruf menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di mana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses di bandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama, Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi menurut Lupiyoadi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa

Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan

konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

2. Pemberi jasa mendatangi konsumen

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa tetap berkualitas.

3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung

Berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, ataupun surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antar kedua belah pihak dapat terlaksana.

8. Pengertian Bagi Hasil

Bagi hasil menurut istilah adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana. (rofiq, 2004) Sedang menurut terminologi asing (Inggris) bagi hasil dikenal dengan profit sharring. Profit sharring dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara definitif profit sharring diartikan: "Distribusi beberapa bagian dari laba (profit) pada para pegawai dari suatu perusahaan". Lebih lanjut dikatakan, bahwa hal itu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya, atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan. (pass, 1997)

Bentuk-bentuk pembagian laba yang tidak langsung mencakup alokasi saham-saham (penyertaan) perusahaan pada para pegawai, dibayar melalui laba perusahaan, dan memberikan para pegawai opsi untuk membeli saham-saham sampai pada jumlah tertentu dimana yang akan datang pada tingkat harga sekarang, sehingga memungkinkan para pegawai memperoleh keuntungan baik dari pembagian deviden maupun setiap pertumbuhan dalam nilai saham yang dihasilkan dari peningkatan dalam kemampuan memperoleh laba. Jika dalam suatu perusahaan, maka perolehan bagian laba sering

dianjurkan untuk meningkatkan tanggung jawab pegawai dan dengan demikian meningkatkan produktivitas. (muhammad, 2001)

9. Pengertian Suku bunga

Bunga adalah tanggungan pada pinjaman uang, yang biasanya dinyatakan dengan persentase dari uang yang dipinjamkan. (muhammad, manajemen bank syariah, 2002) Suku bunga

adalah tingkat bunga yang dinyatakan dalam persen, jangka waktu tertentu (perbulan atau pertahun). Suku bunga dibedakan menjadi dua, yaitu :

- a. Suku bunga nominal adalah rate yang dapat diamati pasar.
- b. Suku bunga riil adalah konsep yang mengukur tingkat bunga yang sesungguhnya, suku bunga riil sama dengan suku bunga nominal dikurangi dengan laju inflasi yang diharapkan.

$$r = i - \mu$$

Dimana: r = suku bunga riil

i = suku bunga nominal

μ = laju inflasi

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam menjelaskan, memaparkan serta menyimpulkan pembahasan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian, yang diharapkan akan membuat penelitian ini menjadi tidak terlalu luas dan lebih terarah,

A. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di KEMENAG (Kementrian Agama) Kabupaten Wonogiri

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang informasi atau data yang dianalisis menggunakan teknik statistik. (kontur, 2007)

C. Sumber Data

Berdasarkan Sumbernya, data dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Data Primer: data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data dalam hal objek penelitian. Data primer juga disebut data asli atau data baru. Dalam penelitian ini sampel sumber data yang dikemukakan masih bersifat sementara. Adapun yang digunakan sumber data dalam hal ini yaitu dari pegawai/karyawan berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya melalui quisioner yang di tujukan kepada pegawai / karyawan KEMENAG kabupaten Wonogiri.

- b. Data Sekunder: data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian, tetapi dari pihak lain yang mempunyai informasi data yang diperlukan yang berhubungan dengan objek penelitian. Pada umumnya berupa bukti – bukti tertulis dalam arsip dan dokumentasi, fakta, tabel, gambar, dan lain lain.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam Skripsi ini penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

a. Kuisisioner

Data dapat dikumpulkan dengan cara memberikan kuisisioner. Kuisisioner adalah pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Responden dapat memberikan jawaban dengan member tanda pada salah satu atau beberapa jawaban yang telah disediakan, atau dengan menulis jawaban. (kontur, 2007)

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

E. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Dependent (Y)

Variabel dependen kadang kadang disebut juga variable terikat karena variable ini terikat pada variable independen. Variabel dependen adalah hasil dari variable independen (perlakuan). Dengan kata lain, output yang dihasilkan dari suatu penelitian eksperimen dilihat pada

variable dependennya. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah faktor – faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih bank.

b. Variabel Independent (X)

Variabel independen adalah variable perlakuan atau variable bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Dalam konsep variabel bebas ditemukan bahwa variabel ini menjadi sebab hadirnya atau timbulnya variabel terikat (idrus, 2007). Variabel independen dalam penelitian ini adalah bagi hasil, bunga, produk, pelayanan, lokasi dan bentuk bank Syariah dan konvensional.

c. Skala Pengujian Variabel

Dalam penelitian ini penulis mengukur variabel-variabel yang digunakan dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti (riduwan, 2003). Skala likert juga digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (sugiono, 2010)Tiap responden cukup mengemukakan pendapatnya apakah dia sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, atau sangat tidak setuju Dalam penelitian ini skala likert yang digunakan oleh penulis adalah :

- Sangat setuju bernilai 5
- Setuju bernilai 4
- Kurang setuju bernilai 3
- Tidak setuju bernilai 2
- Sangat tidak setuju bernilai 1

F. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat – syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (riduwan, pengantar statistik sosial, 2009). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua pegawai dan karyawan KEMENAG Kabupaten Wonogiri

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri – ciri atau keadaan tertentu yang diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakili. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling artinya sampel ditentukan dengan pertimbangan tertentu (sugiono, 2010). Misalnya penentuan sampel dengan melihat ciri – ciri atau sifat – sifat tertentu yang berkaitan dengan populasi yang ada. Sampel pada penelitian ini diambil dari karyawan dan pegawai KEMNAG Kabupaten wonogiri.

Banyak Sampel yang diambil adalah 36 pegawai dan karyawan KEMENAG Kabupaten wonogiri

G. Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu alat ukur (kuisisioner). Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah tiap-tiap pertanyaan yang ada pada kuisisioner sesuai dan dapat menganalisis faktor yang ingin diselidiki. Pengujian validitas dalam dilakukan penelitian ini dengan menggunakan uji Korelasi Produk Momen yang dikemukakan oleh Pearson, dalam menguji validitas penulis menggunakan bantuan aplikasi software SPSS.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukur dapat memberikan hasil yang reliable apabila dilakukan dalam waktu berbeda pada objek yang sama. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi jawaban para responden dalam menjawab kuesioner dalam penelitian, sehingga kesungguhan dari para responden dapat dipercaya. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS.

c. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana (simple linear regression), yaitu metode yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel faktor Penyebab (X) dan terhadap variabel akibatnya. Analisis regresi sederhana adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel prediktor (Independent, X) dan satu variabel respon (dependent, Y). Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan/kekuatan hubungan linier antara variabel saja, sedangkan analisis yang digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan linier sebesar berapa (pengaruh) antara variabel adalah analisis regresi.

Variabel independen (X) adalah faktor pelayanan (X1), faktor lokasi (X2), faktor produk (X3), dan faktor promosi (X4) terhadap keputusan pegawai Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri untuk menjadi nasabah (Y).

Persamaan regresi : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$

d. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah salah satu uji statistic yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan (menyakinkan) dari dua buah *mean* sampel dari dua atau lebih yang dikomparatifkan. Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Menetapkan taraf signifikan dan kriteria pengujian Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan (α) sebesar 5 % sehingga kriteria pengujian hipotesisnya :
 - 1) H_0 diterima jika probabilitas $\geq \alpha$, atau jika t hitung $< t$ tabel
 - 2) H_0 ditolak jika probabilitas $\leq \alpha$, atau jika t hitung $> t$ tabel
- Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS.

b. Uji F

Uji keseluruhan dilakukan dengan menghitung koefisien-F. Koefisien F selanjutnya dikonfirmasi dengan F-tabel pada derajat kebebasan dan taraf kesalahan tertentu. Apa bila F-hitung lebih besar dari F-tabel maka dapat disimpulkan bahwa kelompok – kelompok yang dibandingkan secara keseluruhan berbeda secara signifikan. Sebaliknya bila F-hitung lebih kecil dari F-tabel maka dapat disimpulkan bahwa kelompok – kelompok yang dibandingkan secara keseluruhan tidak berbeda secara signifikan. (purwanto, 2008)

e. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Beberapa asumsi klasik regresi yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Linear Regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti terdiri atas



H. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

1. Uji Validitas

a. Uji Validitas Syariah

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur oleh peneliti. Dan hasil penelitian yang valid terjadi apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid yang berarti instrumen yang dipilih dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Analisis validitas yang digunakan adalah uji korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson, dalam menguji validitas penulis menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS 16.0 data dapat dikatakan valid apabila nilai korelasi hitung data tersebut melebihi nilai korelasi tabelnya. Nilai r hitung adalah nilai-nilai yang berada dalam kolom "*corrected item total correlation*". Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid, dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid, pada output SPSS. Selain itu, validitas item pernyataan dapat dilihat pada r_{hitung} dari korelasi antara masing-masing Item dengan Total Skor (TS) dan *Sig (2-tailed)* dengan nilai *Sig* < 0.05 dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas

Variabel Pelayanan

Tabel 3.1

Item	N	r hitung	r tabel	Status
Pertanyaan1	7	0.730	0,37	Valid
Pertanyaan2	7	0.548	0,37	Valid
Pertanyaan3	7	0.548	0,37	Valid

Sumber : Data Premier diolah, 2016

Hasil Uji Validitas

Variabel Lokasi

Tabel 3.2

Item	N	r hitung	r tabel	Status
Pertanyaan 4	7	0.943	0,37	Valid
Pertanyaan 5	7	0.816	0,37	Valid
Pertanyaan 6	7	0.911	0,37	Valid

Sumber : Data Premier diolah, 2016

Hasil Uji Validitas

Variabel Produk

Tabel 3.3

Item	N	r hitung	r tabel	Status
Pertanyaan 7	7	0.411	0,37	Valid
Pertanyaan 8	7	0.849	0,37	Valid
Pertanyaan 9	7	0.867	0,37	Valid
Pertanyaan 10	7	0.837	0,37	Valid

Sumber : Data Premier diolah, 2016

Hasil Uji Validitas

Variabel Promosi

Tabel 3.4

Item	N	r hitung	r tabel	Status
Pertanyaan 11	7	0.858	0,37	Valid
Pertanyaan 12	7	0.795	0,37	Valid
Pertanyaan 13	7	0.386	0,37	Valid

Sumber : Data Premier diolah, 2016

Hasil Uji Validitas

Variabel Keputusan Nasabah

Tabel 3.5

Item	N	r hitung	r tabel	Status
Pertanyaan 14	7	1.0	0,37	Valid

Sumber : Data Premier diolah, 2016

b. Uji Validitas Konvensional

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur oleh peneliti. Dan hasil penelitian yang valid terjadi apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid yang berarti instrumen yang dipilih dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Analisis validitas yang digunakan adalah uji korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson, dalam menguji validitas penulis menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS 16.0 data dapat dikatakan valid apabila nilai korelasi hitung data tersebut melebihi nilai korelasi tabelnya. Nilai r hitung adalah nilai-nilai yang berada dalam kolom "*corrected item total correlation*". Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid, dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid, pada output SPSS. Selain itu, validitas item pernyataan dapat dilihat pada r_{hitung} dari korelasi antara masing-masing Item dengan Total Skor (TS) dan *Sig (2-tailed)* dengan nilai *Sig* < 0.05 dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

Tabel 3.6

Item	N	r hitung	r tabel	Status
Pertanyaan1	29	0.504	0,37	Valid
Pertanyaan2	29	0.555	0,37	Valid
Pertanyaan3	29	0.793	0,37	Valid

Sumber : Data Premier diolah, 2016

Hasil Uji Validitas

Variabel Lokasi

Tabel 3.7

Item	N	r hitung	r tabel	Status
Pertanyaan 4	29	0.851	0,37	Valid
Pertanyaan 5	29	0.848	0,37	Valid
Pertanyaan 6	29	0.804	0,37	Valid

Sumber : Data Premier diolah, 2016

Hasil Uji Validitas

Variabel Produk

Tabel 3.8

Item	N	r hitung	r tabel	Status
Pertanyaan 7	29	0.734	0,37	Valid
Pertanyaan 8	29	0.790	0,37	Valid
Pertanyaan 9	29	0.459	0,37	Valid
Pertanyaan 10	29	0.681	0,37	Valid

Sumber : Data Premier diolah, 2016

Hasil Uji Validitas

Variabel Promosi

Tabel 3.9

Item	N	r hitung	r tabel	Status
Pertanyaan 11	29	0.897	0,37	Valid
Pertanyaan 12	29	0.646	0,37	Valid
Pertanyaan 13	29	0.386	0,37	Valid

Sumber : Data Premier diolah, 2016

Hasil Uji Validitas
Variabel Keputusan Nasabah

Tabel 3.10

Item	N	r hitung	r tabel	Status
Pertanyaan 14	29	1,0	0,37	Valid

Sumber : Data Premier diolah, 2016

2. Uji Reabilitas

a. Uji Reabilitas Syariah

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran di ulang kembali. Dalam melakukan uji realibilitas ini digunakan metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini menggunakan batasan 0,6 untuk menentukan apakah suatu variabel reliabel atau tidak reliabel. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari pada 0,6 maka variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel, tetapi apabila kurang dari 0,6 maka variabel tersebut tidak reliabel. Berdasarkan uji reliabilitas, maka diperoleh hasil data sebagai berikut:

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Tabel 3.11

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	KETENTUAN	KETERANGAN
		NILAI CRONBACH'S ALPHA	
Pelayanan	0,150	0,6	Tidak Reliabel
Lokasi	0,868	0,6	Reliabel
Produk	0,733	0,6	Reliabel
Promosi	-0,079	0,6	Tidak Reliabel
Keputusan Nasabah	1,0	0,6	Sangat Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada masing-masing variable tidak semua mendapatkan nilai lebih besar dari 0,6 maka tidak semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel. Dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan diatas, maka butir pertanyaan dalam variabel penelitian tersebut tidak semua handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian tersebut dapat digunakan atau tidak digunakan sama sekali untuk penelitian selanjutnya.

b. Uji Reabilitas Konvensional

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran di ulang kembali. Dalam melakukan uji realibilitas ini digunakan metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini menggunakan batasan 0,6 untuk menentukan apakah suatu variabel reliabel atau tidak reliabel. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari pada 0,6 maka variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel, tetapi apabila kurang dari 0,6 maka variabel tersebut tidak reliabel. Berdasarkan uji reliabilitas, maka diperoleh hasil data sebagai berikut:

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Tabel 3.12

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	KETENTUAN NILAI CRONBACH'S ALPHA	KETERANGAN
Pelayanan	0,226	0,6	kurang Reliabel
Lokasi	0,754	0,6	Reliabel
Produk	0,565	0,6	Cukup Reliabel
Promosi	0,328	0,6	Kurang Reliabel
Keputusan Nasabah	1,0	0,6	Sangat Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada masing-masing variable mendapatkan nilai lebih besar dari 0,6 maka tidak semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel. Dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan diatas, maka butir pertanyaan dalam variabel penelitian tersebut tidak semua handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian tersebut dapat digunakan atau tidak digunakan sama sekali untuk penelitian selanjutnya.

I. Hasil Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner pada 36 pegawai dan karyawan dibagi menjadi dua yaitu responden yang menggunakan jasa bank syariah dan bank konvensional yang terdiri dari 29 responden dengan menggunakan jasa bank Konvensional dan 7 responden menggunakan jasa Bank Syariah di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri . Adapun analisis deskriptif yang diteliti meliputi jumlah responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan pendapatan (per bulan). Faktor yang diteliti adalah dari faktor pelayanan, promosi, lokasi dan produk.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

J. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Sejarah kementerian agama

Realitas politik menjelang dan masa awal kemerdekaan menunjukkan bahwa pembentukan Kementerian Agama memerlukan perjuangan tersendiri. Dalam rapat besar (sidang) Badan Penyelidik Usaha-Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia (BPUPKI), tanggal 11 Juli 1945 Mr. Muhammad Yamin mengusulkan perlu diadakannya kementerian yang istimewa, yaitu yang berhubungan dengan agama yakni Kementerian Islamiyah yang menurutnya memberi jaminan kepada umat Islam (masjid, langgar, surau, wakaf) yang di tanah Indonesia dapat dilihat dan dirasakan artinya dengan kesungguhan hati. Tetapi usulnya tentang ini tidak begitu mendapat sambutan.

Kementerian agama kabupaten wonogiri merupakan salah satu wadah bagi masyarakat yang berkepentingan dengan agama. Kementerian agama kabupaten wonogiri berperan sebagai tolok ukur kehidupan beragama di masyarakat wonogiri. Kantor yang dahulunya di Wonokarto dan sekarang sudah berpindah ke timur alun – alun Wonogiri sebagai gedung baru, kemudian gedung yang lama digunakan sebagai Madrasah Iftida'iyah. Kementerian agama kabupaten wonogiri berdiri pada tahun 1955 sampai sekarang, kemudian sudah mempunyai gedung yang megah yg memungkinkan pelayanan kepada masyarakat akan lebih baik.

Kementerian agama kabupaten wonogiri juga mengurus tentang Kantor Urusan Agama yang mengurus tentang pernikahan. Adapun kantor Urusan Agamadi Kabupaten wonogiri tersebar di beberapa kecamatan, yaitu di 25 kecamatan di Kabupaten Wonogiri. KUA yang tersebar di kecamatan – kecamatan di Wonogiri terorganisir oleh kementerian agama kabupaten wonogiri untuk mengkoordinasi dalam pencatatan masyarakat yang sudah menikah. (wonogiri, 2008)

Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri juga mengurus tentang Haji dan Umroh. Dalam hal ini kementerian agama kabupaten Wonogiri mengurus dari manasik sampai pemberangkatan haji maupun umroh para masyarat, kemudian dalam prakteknya haji dan umroh melalui kementerian agama kabupaten Wonogiri merupakan salah satu fasilitas yang tersedia di kementerian Agama kabupaten Wonogiri. (wonogiri, 2008)

Lembaga pendidikan juga di urusi oleh kementerian agama kabupaten wonogiri, seperti pondok pesantren, MTS, MI, MA dan lembaga pendidikan lain yang berbasis Agama. Fungsi dari lembaga pendidikan tersebut merupakan pencetak generasi – generasi muda yang memahami tentang agama . Perkembangan Madrasah yang di kelola oleh kementerian agama kabupaten wonogiri menjadikan cerminan terbentuknya pendidikan berbasis agama yang dikelola langsung oleh kementerian agama. Dengan demikian menimbulkan rasa aman kepada masyarakat untuk menggunakan madrasah yang di kelola oleh kementerian Agama Kabupaten Wonogiri. (wonogiri, 2008)

Yang membedakan kementerian agama wonogiri dengan yang lain adalah kemeterian kabiupaten wonogiri mempunyai panti asuhan yang di kelola oleh salah satu staf dari kementerian agama .Di fungsikan untuk berjuang di jalan allah yaitu mengayomi dan merawat anak yatim piatu di sekitar wonogiri. (wonogiri, 2008)

Pembangunan tempat ibadah juga menjadi pokok penting program kerja di kemeterian agama kabupaten wonogiri, karena untuk mengembangkan rasa cinta kepada sang pencipta agar memberi perbedaan antara masyarakat yang paham agama dan yang tidak paham agama, kemudian mengelola tempat ibadah tersebut dengan melakukan pengawasan terhadap tempat ibadah tersebut.

Kementerian Agama kabupaten wonogiri mempunyai tugas menyelenggarakan urusan di bidang keagamaan dalam pemerintahan untuk membantu masyarakat dalam bidang keagamaan. Dalam melaksanakan tugas, Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri mempunyai fungsi sebagai berikut : (wonogiri, 2008)

- 1) perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan di bidang keagamaan
- 2) pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Agama
- 3) pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Agama;
- 4) pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan urusan Kementerian Agama di daerah
- 5) pelaksanaan kegiatan teknis yang berskala nasional
- 6) pelaksanaan kegiatan teknis dari pusat sampai ke daerah

2. Visi dan Misi Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri

VISI

“Terwujudnya masyarakat Indonesia yang TAAT BERAGAMA, RUKUN, CERDAS, MANDIRI DAN SEJAHTERA LAHIR BATIN.”

MISI

1. Meningkatkan kualitas kehidupan beragama.
2. Meningkatkan kualitas kerukunan umat beragama.
3. Meningkatkan kualitas raudhatul athfal, madrasah, perguruan tinggi agama, pendidikan agama, dan pendidikan keagamaan.
4. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan ibadah haji.
5. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih dan berwibawa.

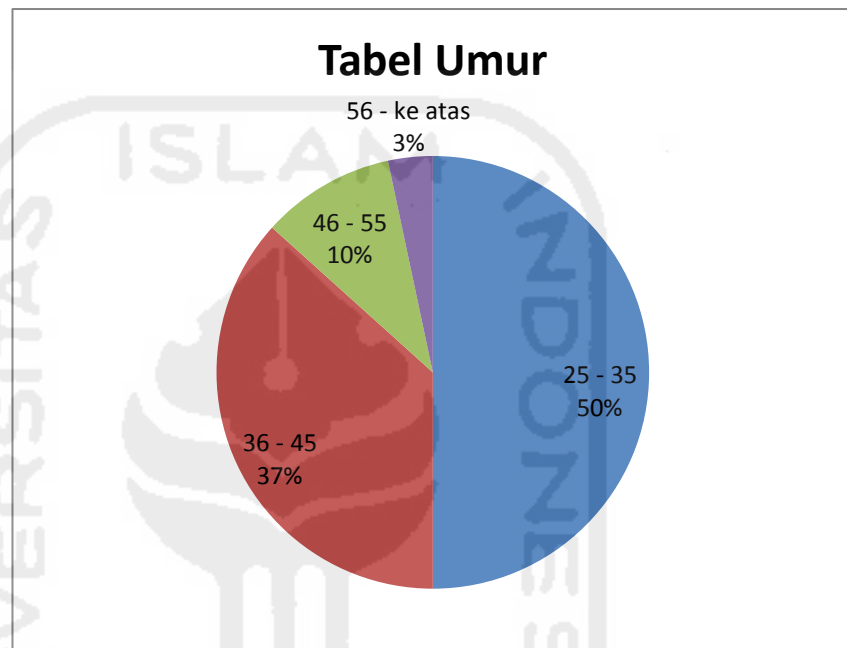
3. Struktur Organisasi Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri



1. Responden Bank Konvensional

a. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Umur

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kepada pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri yang berjumlah 29 orang, diperoleh gambaran tentang umur responden dalam bentuk gambar diagram.

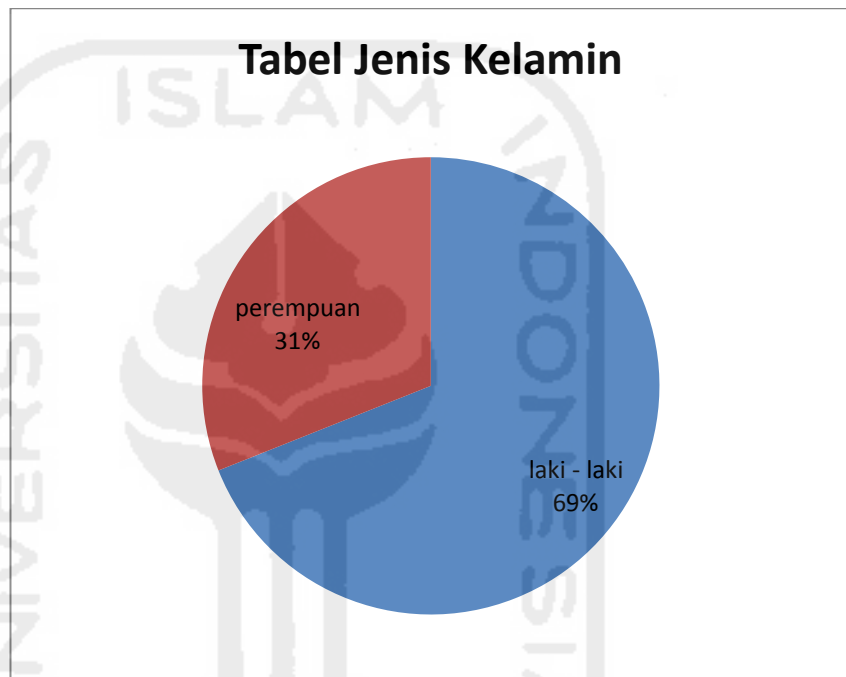


Sumber : Data Premier Diolah, 2016

Dari hasil diagram diatas dapat disimpulkan bahwa repsonden yang berumur dengan umur 25 – 35 tahun mempunyai persentase yang lebih banyak namun tidak terlalu dominan yakni sebesar sebnyak 50%, kemudian responden dengan umuir 36 – 45 tahun yaitu sebanyak 37% responden, responden dengan umur 40 – 55 tahun sebanyak 10%, kemudian responden dengan umur 56 – ke atas adalah 3% reponden, hal ini disebabkan karena masa muda ini bank konvensional sudah mengakar di Indonesia ini jadi para gerenasi muda ini dominan memakai jasa untuk menabung dengan bank Konvensional.

b. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Jenis Kelamin

Jumlah responden yang menjadi objek penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pegawai dan karyawan Kementerian Agama kabupaten wonogiri berjumlah 29 orang. Dapat diperoleh jumlah responden perempuan sebanyak 23 orang dan 13 orang lagi adalah laki-laki. Berikut ditampilkan dalam bentuk diagram gambar.



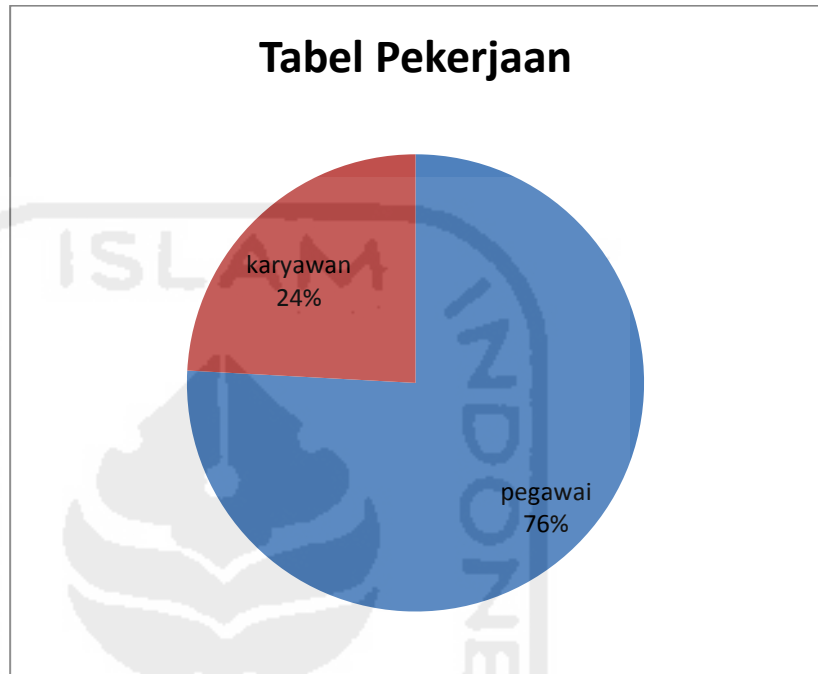
Sumber : Data Premier Diolah, 2016

Dari hasil diagram diatas dapat disimpulkan bahwa repsonden laki – laki mempunyai persentase yang lebih banyak namun tidak terlalu dominan yakni sebesar 69% dan sisanya 31% adalah reponden perempuan, hal ini disebabkan karena dalam populasi, responden mayoritas laki – laki lebih banyak dibandingkan perempuan.

c. Gambaran Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kepada Pegawai dan Karyawan Kementerian Agama kabupaten Wonogiri yang berjumlah 27 orang, diperoleh jumlah

responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai sebanyak 22 orang, dan karyawan sebanyak 7 orang. Berikut ditampilkan dalam bentuk diagram gambar.



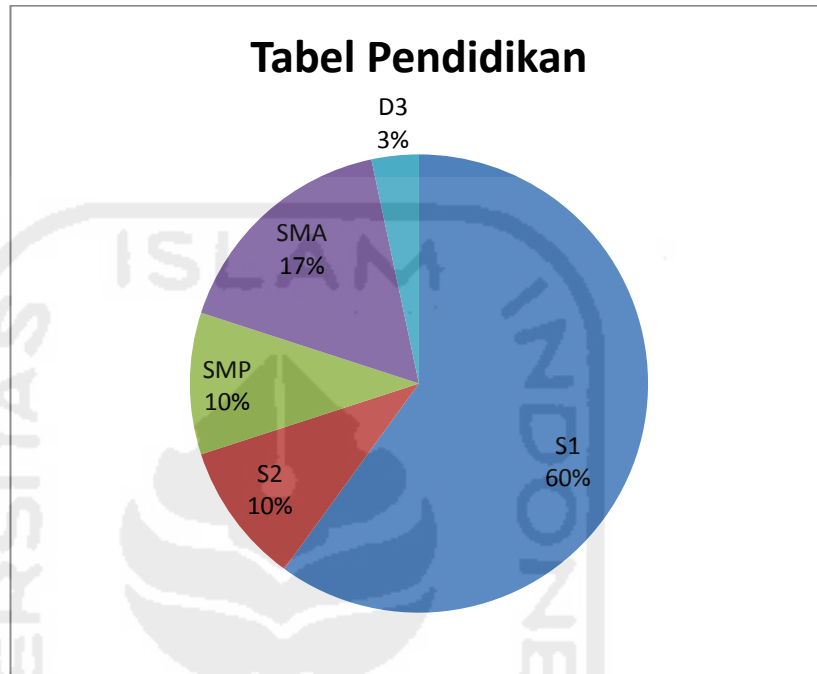
Sumber : Data Premier Diolah, 2016

Dari diagram diatas terlihat bahwa jumlah persentase dengan pekerjaan sebagai pegawai dan karyawan, pegawai yang mempunyai angka yang tinggi yaitu sebesar 76%, dan sisanya adalah karyawan sebesar 24%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa mayoritas pekerja di Kmenterian Agama Kabupaten Wonogiri adalah sebagai pegawai. Dalam hal ini karyawan berarti sebagai pembantu dalam kelancaran kinerja pegawai.

d. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Pendidikan

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kepada pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri sebagai responden yang berjumlah 29 orang dengan pendidikan terakhir yang responden tempuh, yaitu strata 1 (S1) berjumlah 18 orang ,kemudian strata 2 (S2) yaitu 3

orang, kemudian pendidikan terakhir D3 berjumlah 1 SMA (sekolah menengah atas) berjumlah 5 orang, dan pendidikan terakhir SMP (sekolah menengah pertama) ada 2 orang. Berikut ditampilkan dalam bentuk diagram gambar.



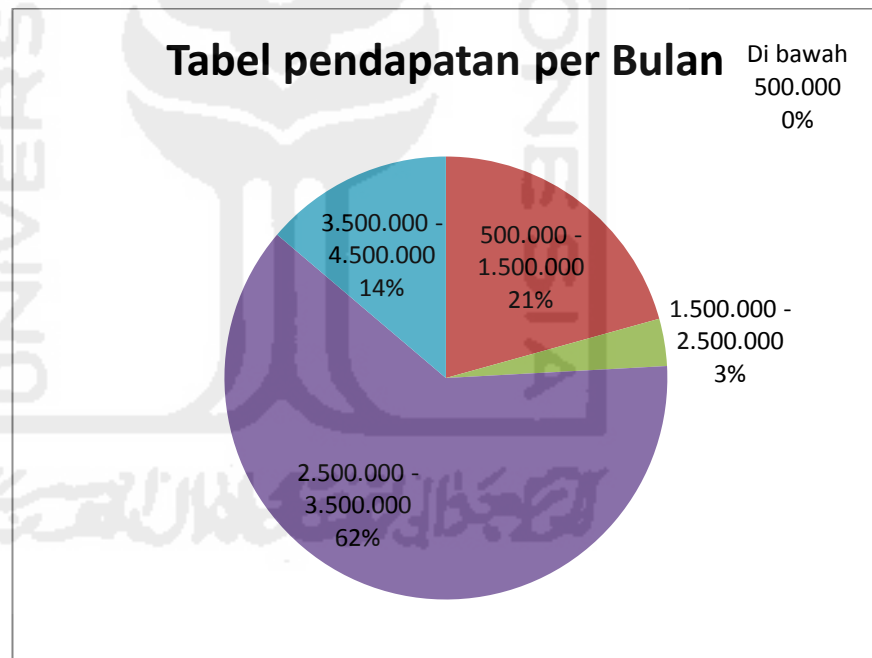
Sumber : Data Premier Diolah, 2016

Dari diagram di atas dapat disimpulkan bahwa responden dan populasi dari kantor Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri adalah berpendidikan Strata 1 (S1), hal itu disebabkan karena populasi yang paling dominan adalah strata 1 (S1), sedangkan strata 2 (S2) hanya ditempatkan pada pimpinan masing – masing dalam sub bagian tertentu. Adapula yang berpendidikan terakhir Diploma 3 (D3) yang dominan di bagian Haji dan Umroh, Sedangkan dalam pendidikan SMA dan SMP didominasi di bagian tata usaha, keamanan, dan bagian belakang.

e. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Pendapatan per Bulan

Dari kuesioner yang disebar di kantor Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri telah didapatkan gambaran pendapatan per bulan dari pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri yang berjumlah 29 responden dengan rincian sebagai berikut

- a. Di bawah Rp 500.000
- b. Rp 500.000 – Rp 1.500.000
- c. Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000
- d. Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000
- e. Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000



. Sumber : Data Premier Diolah, 2016

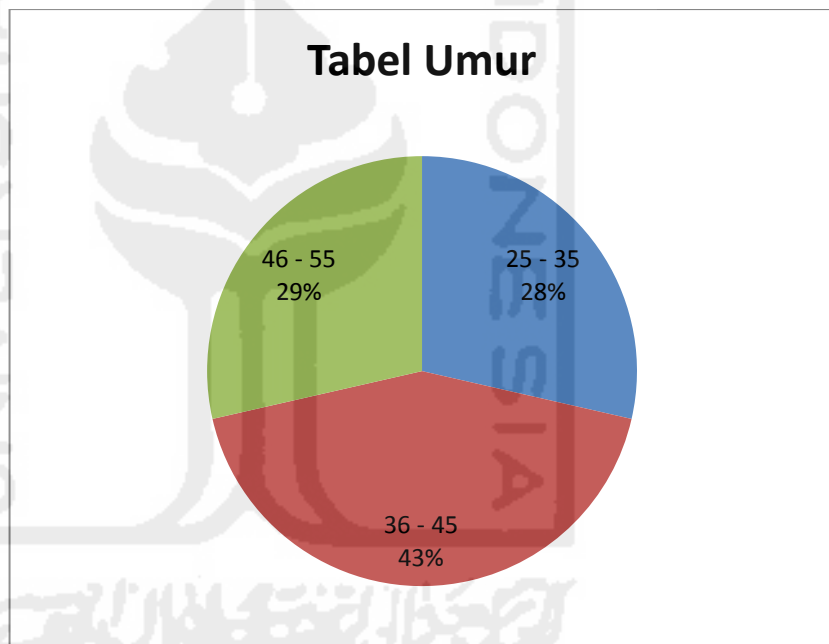
Dari penjelasan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang paling dominan pada angka Rp 2.500.000 – 3.500.000. Disebabkan karena pada pendapatan tersebut masuk dalam gaji pegawai strata 1 (S1), dalam penelitian tentang pendidikan pegawai maupun karyawan paling dominan adalah

pegawai yang bergelar strata 1 (S1). Kemudian didukung juga dengan sub bagian yang diisi oleh para pegawai dengan gelar strata 1 (S1) lebih dominan dibandingkan dengan sub bagian yang lain.

2. Responden Bank Syariah

a. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Umur

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kepada pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri yang berjumlah 7 orang, diperoleh gambaran tentang umur responden dalam bentuk gambar diagram.

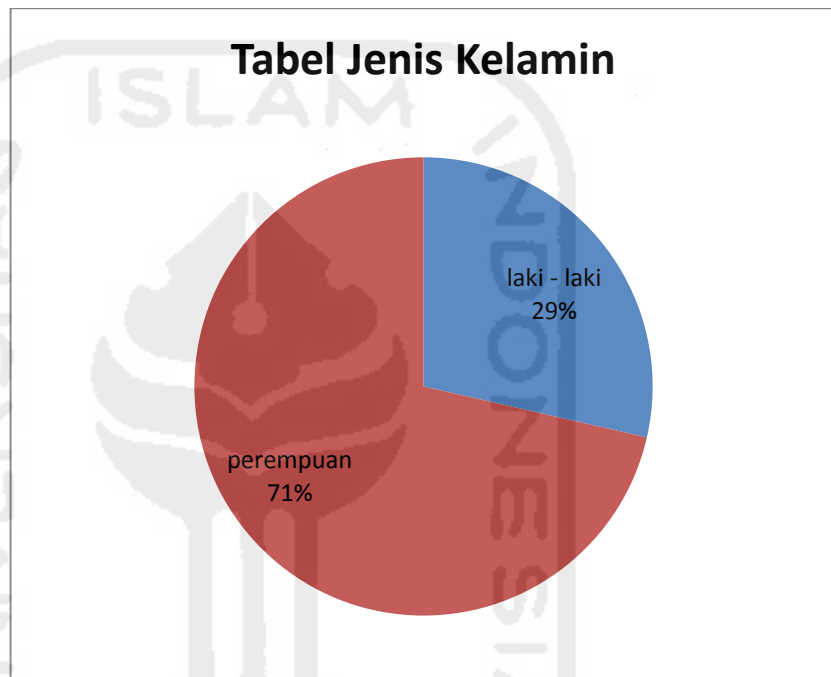


Sumber : Data Premier Diolah, 2016

Dari hasil diagram diatas dapat disimpulkan bahwa reponden yang berumur dengan umur 36 – 45 tahun mempunyai persentase yang lebih banyak namun tidak terlalu dominan yakni sebesar sebanyak 43%, kemudian responden dengan umuir 25 – 35 tahun yaitu sebanyak 28% responden, kemudian responden dengan umur 56 – ke atas adalah 29% reponden, hal ini disebabkan karena responden untuk Bank Syariah tidak terlalu banyak.

b. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Jenis Kelamin

Jumlah responden yang menjadi objek penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pegawai dan karyawan Kementerian Agama kabupaten wonogiri berjumlah 7 orang. Dapat diperoleh jumlah responden perempuan sebanyak 5 orang dan 2 orang lagi adalah laki-laki. Berikut ditampilkan dalam bentuk diagram gambar.



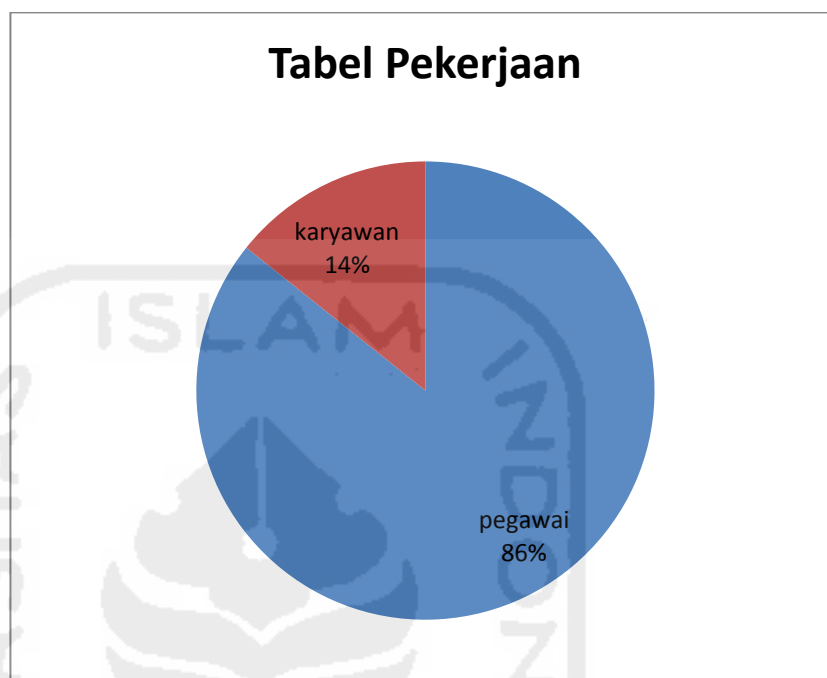
Sumber : Data Premier Diolah, 2016

Dari hasil diagram diatas dapat disimpulkan bahwa reponden perempuan mempunyai persentase yang lebih banyak dan dominan yakni sebesar71% dan sisanya 29% adalah reponden laki – laki, hal ini disebabkan karena dalam populasi, responden mayoritas dalam responden Bank Syariah adalah perempuan dan sisanya adalah laki – laki .

c. Gambaran Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kepada Pegawai dan Karyawan Kementerian Agama kabupaten Wonogiri yang berjumlah 7 orang, diperoleh jumlah responden

dengan pekerjaan sebagai Pegawai sebanyak 6 orang, dan karyawan sebanyak 1 orang. Berikut ditampilkan dalam bentuk diagram gambar.



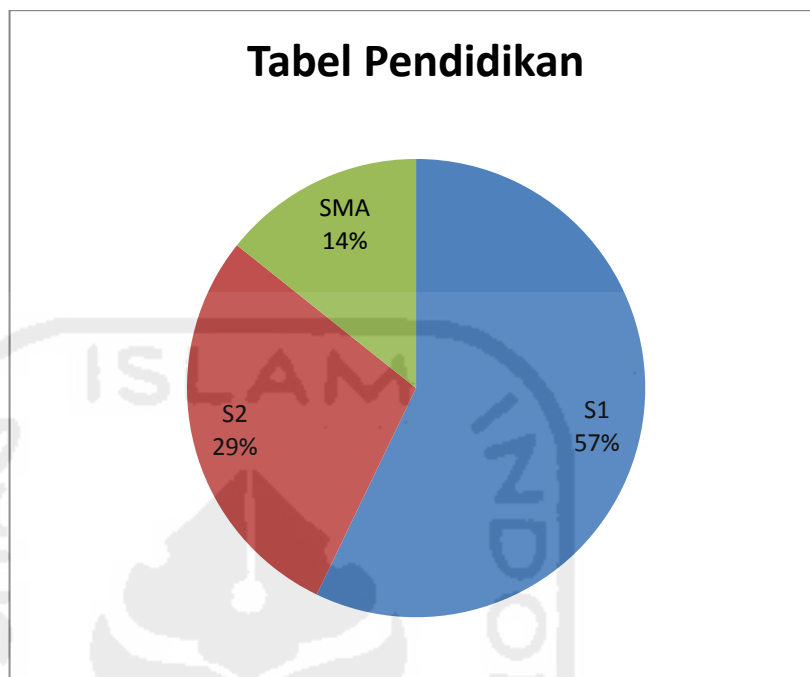
Sumber : Data Premier Diolah, 2016

Dari diagram diatas terlihat bahwa jumlah persentase dengan pekerjaan sebagai pegawai dan karyawan, pegawai yang mempunyai angka yang tinggi yaitu sebesar 86%, dan sisanya adalah karyawan sebesar 14%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa mayoritas pekerja di Kmenterian Agama Kabupaten Wonogiri adalah sebagai pegawai. Dalam hal ini karyawan berarti sebagai pembantu dalam kelancaran kinerja pegawai.

d. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Pendidikan

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kepada pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri sebagai responden yang berjumlah 7 orang dengan pendidikan terakhir yang responden tempuh, yaitu strata 1 (S1) berjumlah 4 orang ,kemudian strata 2 (S2) yaitu 2 orang, kemudian yang pendidikan terakhir adalah SMA (sekolah

menengah atas) berjumlah 1 orang. Berikut ditampilkan dalam bentuk diagram gambar.



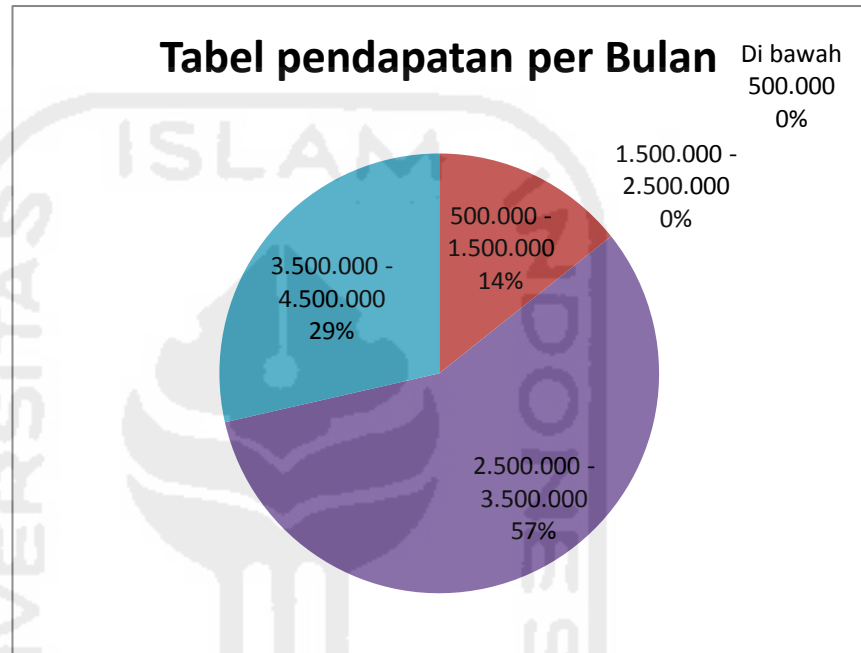
Sumber : Data Premier Diolah, 2016

Dari diagram di atas dapat disimpulkan bahwa responden dan populasi dari kantor Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri adalah berpendidikan Strata 1 (S1), hal itu disebabkan karena populasi yang paling dominan adalah strata 1 (S1), sedangkan strata 2 (S2) hanya ditempatkan pada pimpinan masing – masing dalam sub bagian tertentu. Sedangkan dalam pendidikan SMA didominasi di bagian tata usaha, keamanan, dan bagian belakang.

e. Gambaran Jumlah Responden Sesuai Pendapatan per Bulan

Dari kuesioner yang disebarkan di kantor Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri telah didapatkan gambaran pendapatan per bulan dari pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri yang berjumlah 7 responden dengan rincian sebagai berikut

- a) Di bawah Rp 500.000
- b) Rp 500.000 – Rp 1.500.000
- c) Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000
- d) Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000
- e) Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000



. Sumber : Data Premier Diolah, 2016

Dari penjelasan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang paling dominan pada angka Rp 2.500.000 – 3.500.000. Disebabkan karena pada pendapatan tersebut masuk dalam gaji pegawai strata 1 (S1), dalam penelitian tentang pendidikan pegawai maupun karyawan paling dominan adalah pegawai yang bergelar strata 1 (S1). Kemudian didukung juga dengan sub bagian yang diisi oleh para pegawai dengan gelar strata 1 (S1) lebih dominan dibandingkan dengan sub bagian yang lain.

K. Hasil Analisis Data Kuantitatif

1. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Analisis Regresi Linier Berganda Syariah

Analisis regresi linear berganda ini digunakan apabila variable bebas (*independen*) lebih dari satu variable dan untuk mengukur pengaruh variable bebas terhadap variable terikat (*dependen*). Analisis regresi adalah metode statistic yang digunakan untuk memperkirakan dengan menggunakan koefisien persamaan linear yang meliputi satu atau lebih variable bebas sebagai predictor terhadap variable tergantung. (agung, 2010) Analisis data dengan regresi ini menggunakan bantuan program *Statistik Program for social Science (SPSS)*. Dengan menggunakan rumus:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

- Y = Keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank
- b_0 = Kostanta regresi
- b_1 = Koefisien pelayanan
- b_2 = Koefisien lokasi
- b_3 = Koefisien produk
- b_4 = Koefisien promosi
- X_1 = pelayanan
- X_2 = lokasi
- X_3 = produk
- X_4 = promosi

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.1

Model	B	T
(Constant)	3.021	.288
Pelayanan_X1	-.568	-.495
Lokasi_X2	-.313	-1.003
Produk_X3	.380	.655
Promosi_X4	.288	.373

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2016)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,021 - 0,586X1 - 0,313X2 + 0,380X3 + 0,288X4$$

Konstatnta sebesar 3,021 berarti apabila variabel pola pelayanan (x1) lokasi (x2), produk (x3) dan promosi (x4) nilainya 0 (nol) maka variabel keputusan nasabah (Y) nilainya adalah 3,021, koefisien regresi variabel pengetahuan (x1) sebesar -0,586 artinya apabila variabel pelayanan ada kenaikan 1% maka nilai variabel keputusan nasabah (Y) akan naik sebesar -0,586, begitu juga dengan variabel lokasi (x2) apabila mengalami kenaikan 1% maka nilai variabel keputusan nasabah(Y) akan naik -0,313, kemudian dengan variabel produk (x3) apabila mengalami kenaikan 1% maka nilai variabel keputusan nasabah(Y) akan naik 0,380, dan dengan variabel promosi (x4) apabila mengalami kenaikan 1% maka nilai variabel keputusan nasabah (Y) akan naik 0,288

b. Analisis Regresi Linier Berganda Konvensional

Analisis regresi linear berganda ini digunakan apabila variable bebas (*independen*) lebih dari satu variable dan untuk mengukur pengaruh variable bebas terhadap variable terikat (*dependen*). Analisis regresi adalah metode statistic yang digunakan untuk memperkirakan dengan menggunakan koefisien persamaan linear yang meliputi satu atau lebih variable bebas sebagai predictor terhadap variable tergantung. (agung, 2010) Analisis data dengan regresi ini menggunakan bantuan program *Statistik Program for social Science (SPSS)*. Dengan menggunakan rumus:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

- Y = Keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank
- b_0 = Kostanta regresi
- b_1 = Koefisien pelayanan
- b_2 = Koefisien lokasi
- b_3 = Koefisien produk
- b_4 = Koefisien promosi
- X_1 = pelayanan
- X_2 = lokasi
- X_3 = produk
- X_4 = promosi

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.2

Model	B	T
(Constant)	2.831	2.904
Pelayanan_X1	-.165	-1.520
Lokasi_X2	.003	.056
Produk_X3	.034	.634
Promosi_X4	.201	2.944

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2016)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,831 - 0,165X1 + 0,003X2 + 0,034X3 + 0,201X4$$

Konstanta sebesar 2,831 berarti apabila variabel pola pelayanan (x1) lokasi (x2), produk (x3) dan promosi (x4) nilainya 0 (nol) maka variabel keputusan nasabah (Y) nilainya adalah 2,831, koefisien regresi variabel pengetahuan (x1) sebesar -0,165 artinya apabila variabel pelayanan ada kenaikan 1% maka nilai variabel keputusan nasabah (Y) akan naik sebesar -0,165, begitu juga dengan variabel lokasi (x2) apabila mengalami kenaikan 1% maka nilai variabel keputusan nasabah (Y) akan naik 0,003, kemudian dengan variabel produk (x3) apabila mengalami kenaikan 1% maka nilai variabel keputusan nasabah (Y) akan naik 0,034, dan dengan variabel promosi (x4) apabila mengalami kenaikan 1% maka nilai variabel keputusan nasabah (Y) akan naik 0,201

2. Uji hipotesis

a. Uji hipotesis Syariah

1) Uji Partial (Uji T)

Untuk membuktikan hipotesis kedua digunakan uji t dengan tujuan mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan uji t dapat diketahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

a). Merumuskan hipotesis operasional H_0 dan H_a

1. H_0 : Tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X_1), (X_2), (X_3) dan (X_4) secara parsial terhadap variabel tetap (Y)
2. H_a : ada pengaruh positif variabel bebas (X_1), (X_2), (X_3) dan (X_4) secara parsial terhadap variabel (Y)

b). Menetapkan taraf signifikan dan kriteria pengujian dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan (α) sebesar 5 % sehingga kriteria pengujian hipotesisnya :

1. H_0 diterima jika probabilitas $\geq \alpha$, atau jika t hitung $< t$ tabel
2. H_0 ditolak jika probabilitas $\leq \alpha$, atau jika t hitung $> t$ table
3. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu pada program SPSS.
4. Mengambil kesimpulan dari seperti poin 1 dan 2

Dari tabel diatas perhitungan koefisien (Sig-t) dapat dihasilkan sebagai berikut :

1) Variabel pelayanan

Berdasarkan hasil regresi pada tabel maka diketahui besar t tabel untuk variabel pelayanan yaitu -0,495 Dan dengan menggunakan pengujian dua sisi dan taraf signifikansi 5% serta derajat kebebasan $df = n - k - 1$ ($7 - 4 - 1 = 2$), maka diperoleh t tabel sebesar 4,3 Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yaitu $-0,495 < 4,3$ Maka hal tersebut menunjukkan

bahwa pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank tersebut. Yang artinya H_0 diterima.

2) Variabel Lokasi

Berdasarkan hasil regresi pada tabel maka diketahui besar t tabel untuk variabel lokasi yaitu -1,003 Dan dengan menggunakan pengujian dua sisi dan taraf signifikansi 5% serta derajat kebebasan $df = n - k - 1$ ($7 - 4 - 1 = 2$), maka diperoleh t tabel sebesar 2,7 Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $-1,003 < 4,3$, Maka hal tersebut menunjukkan bahwa lokasi bank tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank tersebut. Yang artinya H_0 diterima

3) Variabel produk

Berdasarkan hasil regresi pada tabel maka diketahui besar t tabel untuk variabel produksi yaitu 0,655 Dan dengan menggunakan pengujian dua sisi dan taraf signifikansi 5% serta derajat kebebasan $df = n - k - 1$ ($7 - 4 - 1 = 2$), maka diperoleh t tabel sebesar 4,3 Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $0,655 < 4,3$, Maka hal tersebut menunjukkan bahwa produk dari bank tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank tersebut. Yang artinya H_0 diterima.

4) Variabel promosi

Berdasarkan hasil regresi pada tabel maka diketahui besar t tabel untuk variabel produksi yaitu 0,373 Dan dengan menggunakan pengujian dua sisi dan taraf signifikansi 5% serta derajat kebebasan $df = n - k - 1$ ($7 - 4 - 1 = 2$), maka diperoleh t tabel sebesar 4,3 Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $0,373 < 4,3$, Maka hal tersebut menunjukkan bahwa promosi dari bank tidak berpengaruh signifikan terhadap

keputusan nasabah menggunakan jasa bank tersebut. Yang artinya
Ho diterima

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

a) Membuat Formulasi Hipotesis

- 1) Ho: Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat
- 2) Ha: Ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

b) Menetapkan Taraf Signifikan dan Kriteria Pengujian

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan (α) sebesar 5 % sehingga kriteria pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- 1) Ho diterima jika probabilitas $\geq \alpha$, atau jika thitung $< t$ tabel
 - 2) Ho ditolak jika probabilitas $\leq \alpha$, atau jika thitung $> t$ table
- c) Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistik yang dipergunakan, yaitu pada program *SPSS 19.0 for windows*
- d) Mengambil kesimpulan seperti yang tertera pada poin a dan b

Hasil Uji Stimultan (Uji F)

Tabel 4.3

F	Sig
.349	.831

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2016)

Dari tabel di atas menjelaskan apakah variasi nilai variabel bebas atau variabel independent dapat menjelaskan variasi nilai dependent dengan menggunakan besarnya nilai F. Besarnya F

hitung adalah 0,349 sedangkan besar signifikannya adalah 0,831 Signifikan tabel ANOVA sebesar $0,349 < 4,3$ dengan demikian nilai H_0 diterima. Maka dinyatakan bahwa variabel pelayanan, lokasi, produk dan promosi secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pegawai Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri untuk menabung di Bank Syariah, dan Hipotesis ditolak

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan prosentase variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Berikut hasil uji R^2 dengan *SPSS Versi 16.0 for windows*.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.4

R	R Square
.641	.411

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2016)

Dari table di atas, dapat dijelaskan besarnya persentase pengaruh variabel bebas atau variabel prediktor terhadap variabel terikat. Pada tabel di atas diketahui besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,411 artinya bahwa 41,1% dari faktor lokasi, promosi, produk dan pelayanan berpengaruh terhadap faktor pengambilan keputusan dalam menabung di Bank Syariah, sedangkan sisanya $100\% - 41,1\% = 58,9\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis

4) Uji Variabel Paling Dominan

Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan di antara kedua variabel pengetahuan dan variabel persepsi, maka dapat dilihat nilai masing-masing variabel dari hasil berikut :

Variabel Dominan

Tabel 4.5

Model	Beta	t	Sig
(Constant)		.288	.800
Pelayanan_X1	-.435	-.495	.670
Lokasi_X2	-.662	-1.003	.421
Produk_X3	.582	.655	.580
Promosi_X4	.305	.373	.745

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2016)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat pada kolom *standardizer coefficients* Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Promosi memiliki nilai yang lebih besar dari pada variabel pelayanan, Lokasi dan Produk maka variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel keputusan pegawai Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri untuk menabung di Bank Syariah (Y) adalah variable promosi (x3) dengan nilai sebesar 0,582

b. Uji hipotesis Kovenisional

1) Uji Partial (Uji T)

Untuk membuktikan hipotesis kedua digunakan uji t dengan tujuan mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan uji t dapat diketahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

a). Merumuskan hipotesis operasional H_0 dan H_a

1. H_0 : Tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X_1), (X_2), (X_3) dan (X_4) secara parsial terhadap variabel tetap (Y)
2. H_a : ada pengaruh positif variabel bebas (X_1), (X_2), (X_3) dan (X_4) secara parsial terhadap variabel (Y)

b). Menetapkan taraf signifikan dan kriteria pengujian dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan (α) sebesar 5 % sehingga kriteria pengujian hipotesisnya :

1. H_0 diterima jika probabilitas $\geq \alpha$, atau jika t hitung $< t$ tabel
2. H_0 ditolak jika probabilitas $\leq \alpha$, atau jika t hitung $> t$ table
3. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu pada program SPSS.
4. Mengambil kesimpulan dari seperti poin 1 dan 2

Dari tabel diatas perhitungan koefisien (Sig-t) dapat dihasilkan sebagai berikut :

1) Variabel pelayanan

Berdasarkan hasil regresi pada tabel maka diketahui besar t tabel untuk variabel pelayanan yaitu -1,520 Dan dengan menggunakan pengujian dua sisi dan taraf signifikansi 5% serta derajat kebebasan $df = n - k - 1$ ($29 - 4 - 1 = 24$), maka diperoleh t tabel sebesar 2,7 Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yaitu $-1,520 < 2,7$ Maka hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank tersebut. Yang artinya H_0 diterima.

2) Variabel Lokasi

Berdasarkan hasil regresi pada tabel maka diketahui besar t tabel untuk variabel lokasi yaitu 0,056 Dan dengan menggunakan pengujian dua sisi dan taraf signifikansi 5% serta derajat kebebasan $df = n - k - 1$ ($29 - 4 - 1 = 24$), maka diperoleh t tabel sebesar 2,7 Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $0,056 < 2,7$, Maka hal tersebut menunjukkan bahwa lokasi bank tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank tersebut. Yang artinya H_0 diterima

3) Variabel produk

Berdasarkan hasil regresi pada tabel maka diketahui besar t tabel untuk variabel produksi yaitu 0,634 Dan dengan menggunakan pengujian dua sisi dan taraf signifikansi 5% serta derajat kebebasan $df = n - k - 1$ ($29 - 4 - 1 = 24$), maka diperoleh t tabel sebesar 2,7 Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $0,634 < 2,7$, Maka hal tersebut menunjukkan bahwa produk dari bank tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank tersebut. Yang artinya H_0 diterima.

4) Variabel promosi

Berdasarkan hasil regresi pada tabel maka diketahui besar t tabel untuk variabel produksi yaitu 2,944 Dan dengan menggunakan pengujian dua sisi dan taraf signifikansi 5% serta derajat kebebasan $df = n - k - 1$ ($29 - 4 - 1 = 24$) maka diperoleh t tabel sebesar 2,7 Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $2,944 > 2,7$, Maka hal tersebut menunjukkan bahwa promosi dari bank berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank tersebut. Yang artinya H_0 ditolak

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

a) Membuat Formulasi Hipotesis

- 1) H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat
- 2) H_a : Ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

b) Menetapkan Taraf Signifikan dan Kriteria Pengujian

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan (α) sebesar 5 % sehingga kriteria pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima jika probabilitas $\geq \alpha$, atau jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
 - 2) H_0 ditolak jika probabilitas $\leq \alpha$, atau jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
- ### c) Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistik yang dipergunakan, yaitu pada program *SPSS 19.0 for windows*
- ### d) Mengambil kesimpulan seperti yang tertera pada poin a dan b

Hasil Uji Stimulan (Uji F) Bank konvensional

Tabel 4.6

F	Sig
3.619	.019

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2016)

Dari tabel di atas menjelaskan apakah variasi nilai variabel bebas atau variabel independent dapat menjelaskan variasi nilai dependent dengan menggunakan besarnya nilai F. Besarnya F hitung adalah 3,619 sedangkan besar signifikannya adalah 0,019. Signifikan tabel ANOVA sebesar $3,619 > 2,7$ dengan demikian nilai H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dinyatakan bahwa variabel pelayanan, lokasi, produk dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan

pegawai Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri untuk menabung di bank konvensional, dan Hipotesis diterima

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan prosentase variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Berikut hasil uji R^2 dengan *SPSS Versi 16.0 for windows*.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Bank konvensional

Tabel 4.7

R	R Square
.613	.376

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2016)

Dari table di atas, dapat dijelaskan besarnya persentase pengaruh variabel bebas atau variabel prediktor terhadap variabel terikat. Pada tabel di atas diketahui besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,376 artinya bahwa 37,6% dari faktor lokasi, promosi, produk dan pelayanan berpengaruh terhadap faktor pengambilan keputusan dalam menabung di bank Konvensional, sedangkan sisanya $100\% - 37,6\% = 62,4\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

4) Uji Variabel Paling Dominan

Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan di antara kedua variabel pengetahuan dan variabel persepsi, maka dapat dilihat nilai masing-masing variabel dari hasil berikut :

Variabel Dominan (Bank Konvensional)

Tabel 4.8

Model	Beta	t	Sig
(Constant)		2.904	.008
Pelayanan_X1	-.375	-1.520	.142
Lokasi_X2	.012	.056	.956
Produk_X3	.134	.634	.532
Promosi_X4	.623	2.944	.007

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2016)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat pada kolom standardizer coefficients Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Promosi memiliki nilai yang lebih besar dari pada variabel pelayanan, Lokasi dan Produk maka variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel keputusan pegawai Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri untuk menabung di Bank Konvensional (Y) adalah variable promosi (x4) dengan nilai sebesar 0,623

L. Uji Asumsi Klasik

1. Pengertian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data cross sectional. Uji asumsi klasik juga tidak perlu dilakukan untuk analisis regresi linear yang bertujuan untuk menghitung nilai pada variabel tertentu. Misalnya nilai return saham yang dihitung dengan market model, atau market adjusted model. Perhitungan nilai return yang diharapkan dapat dilakukan dengan persamaan regresi, tetapi tidak perlu diuji asumsi klasik.

Uji asumsi klasik yang sering digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Tidak ada ketentuan yang pasti tentang urutan uji mana dulu yang harus dipenuhi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya , jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi normal.

1) Uji Normalitas Syariah

Tabel 4.9

Tes statistic	.305
----------------------	-------------

2) Uji Normalitas Konvensional

Tabel 4.10

Tes statistic	.114
----------------------	-------------

Dari hasil perhitungan 63aria di atas maka disimpulkan bahwa data dari bank konvensional $>0,05$ yaitu sebesar 0,114 sehingga dapat dikatakan bahwa distribusi data residual normal. Kemudian hasil perhitungan dari Bank Syariah juga $>0,05$ yaitu sebesar 0,305 sehingga dapat dikatakan bahwa distribusi data residual normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara 63variable-variabel bebas dalam suatu model

regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara 64variable-variabel bebasnya, maka hubungan antara 64variable bebas terhadap 64variable terikatnya menjadi terganggu

Dasar pengambilan keputusan pada uji Multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu

1. Melihat tolerance
 - a. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0.10 maka artinya tidak terjadi Multikolinearitas terhadap data yang di uji.
 - b. Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0.10 maka artinya terjadi Multikolinearitas terhadap data yang di uji.
2. Melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor)
 - a. Jika nilai VIF lebih kecil dari 0,10 maka artinya tidak terjadi Multikolinearitas terhadap data yang di uji
 - b. Jika nilai VIF lebih besar dari 0,10 maka artinya terjadi Multikolinearitas terhadap data yang di uji

1) Uji Multikolinearitas Syariah

Tabel 4.11

Model	Tolerance	VIF
(Constant)		
Faktor Pelayanan	,216	4,623
Faktor Lokasi	,683	1,464
Faktor Produk	,175	5,705
Faktor Promosi	,645	1,551

2) Uji Multikolinearitas Konvensional

Tabel 4.12

Model	Tolerance	VIF
(Constant)		
Faktor Pelayanan	,428	2,338
Faktor Lokasi	,546	1,830
Faktor Produk	,585	1,711
Faktor Promosi	,580	1,723

Dari hasil uji Uji Multikolinearitas yang terdapat pada tabel tolerance di bank konvensional dan bank syariah lebih besar dari 0,10, sementara dalam tabel VIF di bank konvensional dan bank syariah menunjukkan nilai kurang dari 10,00. Jadi dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas yaitu

- a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya tidak terjadi Heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya terjadi Heteroskedastisitas.

1) Uji Heteroskedastisitas Syariah

Tabel 4.13

Model	T	Sig
(Constant)	-,312	,784
Faktor Pelayanan	,450	,697
Faktor Lokasi	,174	,878
Faktor Produk	-,532	,648
Faktor Promosi	,399	,728

2) Uji Heteroskedastisitas Konvensional

Tabel 4.14

Model	T	Sig
(Constant)	2,904	,008
Faktor Pelayanan	-1,520	,142
Faktor Lokasi	,056	,956
Faktor Produk	,634	,532
Faktor Promosi	2,944	,007

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, dapat dilihat bahwa sig pada variabel bank konvensional terdapat variabel yang lebih kecil dari 0,05 yaitu pada variabel promosi yaitu 0,007, jadi pada variabel promosi terjadi heteroskedastisitas, sedangkan dalam variabel lain tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilainya lebih besar dari 0,05. Kemudian dalam variabel Bank Syariah nilai dari variabel signifikan, semua variabel menunjukkan bahwa nilai lebih besar dari 0,05 jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa di dalam Bank Syariah tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel gangguan sehingga penaksir tidak lagi efisien baik dalam model sampel kecil maupun dalam sampel besar. Salah satu cara untuk menguji autokorelasi adalah dengan percobaan d (Durbin-Watson). Hasil perhitungan dilakukan perbandingan dengan Ftabel. Kriteria pengujianya adalah apabila nilai durbin variabel $< F$ variabel, maka diantara variabel bebas dalam persamaan regresi tidak ada autokorelasi. Demikian sebaliknya.

Dasar pengambilan keputusan dari uji autokorelasi adalah sebagai berikut

- Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL) maka hipotesis nol ditolak, yang terdapat autokorelasi.
- Jika d terletak antara dU dan (4-dU) maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak terdapat autokorelasi.

- c. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

1) Uji Autokorelasi Syariah

Tabel 4.15

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,801 ^a	,641	-,077	,934	2,446

2) Uji Autokorelasi Konvensional

Tabel 4.16

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,613 ^a	,376	,272	,388	1,757

Hasil kesimpulan dari tabel autokorelasi dapat disimpulkan dengan menggunakan tabel Durbin Waston.

T: Jumlah sampel (n)

k: Jumlah variabel

dL : Batas Bawah Durbin Watson

dU : Batas Atas Durbin Watson

a. Bank Konvensional

T : 29

K : 4

dL : 1,1241

dU : 1,7426

d : 1,757 $(4-d) = (4-1,757) = 2,243$

jadi kesimpulannya adalah d terletak antara dU dan $(4-dU)$ maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak terdapat autokorelasi

b. Bank Syariah

T : 7

K : 4

dL : 0,2957

dU : 2,5881

d : 2,446 $(4-d) = (4-2,446) = 1,554$

jadi kesimpulannya adalah d terletak antara dU dan (4-dU) maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak terdapat autokorelasi

F. Pembahasan

Pada penelitian ini keputusan nasabah merupakan variabel yang dipengaruhi artinya apabila variabel yang mempengaruhi (pelayanan, Lokasi, Produk dan promosi) memiliki pengaruh cukup signifikan terhadap yang dipengaruhi (keputusan nasabah untung menabung) berarti variabel tersebut memiliki peran dalam mendorong keputusan pegawai Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri untuk menjadi nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional, akan tetapi apabila salah satu variabel tersebut tidak signifikan berarti variabel tersebut tidak memiliki peran untuk mendorong keputusan pribadi pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Woogiri

Dari hasil penelitian diatas juga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi di Bank konvensional sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan untuk menabung di ruang lingkup Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri, kemudian variable yang mempengaruhi keputusan pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri di Bank Syariah dalam hasil penelitian saya tidak ada yang berpengaruh..

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwasanya ada kemungkinan mereka memutuskan untuk menabung di (bank syariah maupun Konvensional) yang dipengaruhi oleh pelayanan, lokasi, produk dan promosi. Banyak faktor - faktor yang mempengaruhi hal tersebut, namun secara umum faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah dan konvensional di ruang lingkup pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri adalah sebagai berikut :

10. Pelayanan

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa faktor pelayanan tidak mempengaruhi secara signifikan keputusan pribadi tamu hotel, hal ini dapat dilihat dari hasil uji signifikansi yang dilakukan diatas dimana t hitung lebih kecil dari t tabel. Dari koefisien regresi pengetahuan adalah sebesar -1,520. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan score 1 satuan, maka keputusan nasabah pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri akan bertambah -1,520 satuan di ruang lingkup bank Konvensional, kemudian pada Bank Syariah yaitu dimana t hitung lebih kecil dari t tabel sebesar -0,495. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan score 1 satuan, maka keputusan nasabah pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri akan bertambah -0,495 satuan.

Dengan demikian bahwa memutuskan pilihannya tidak berdasarkan pelayanan yang baik, nasabah memutuskan pilihannya dengan cara mereka masing-masing, pengetahuan yang mereka dapatkan tentang bank syariah maupun bank konvensional belum digunakan secara maksimal untuk menentukan keputusannya. Menurut penulis hal ini disebabkan oleh pelayanan di bank syariah dan bank konvensional sudah memenuhi standar, dengan demikian nasabah akan memilih salah satu pelayanan yang baik di antara bank konvensional dan bank syariah.

11. Lokasi

Dari hasil uji signifikan yang dilakukan diatas terhadap variabel lokasi didapatkan hasil tidak signifikan dan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri, hal ini dapat dilihat dari perbandingan antara t hitung yang lebih besar dari pada t tabel. Dari nilai koefisien regresi lokasi adalah sebesar -0,056 untuk bank konvensional dan -1,003 untuk bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan nilai lokasi sebesar 1 satuan, maka keputusan tamu hotel akan bertambah sebesar -0,056 untuk bank konvensional dan -1,003 untuk bank syariah satuan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak mempengaruhi pegawai dan karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri dalam memutuskan pilihannya dalam menabung. Hal ini disebabkan oleh lokasi kurang berpengaruh karena di bank konvensional sudah merambah ke Kecamatan – Kecamatan, maka dalam variable lokasi tidak berpengaruh signifikan dalam menentukan keputusan untuk menabung di bank syariah maupun di bank konvensional.

12. Produk

Dari hasil uji signifikan yang dilakukan diatas terhadap variabel produk didapatkan hasil tidak signifikan dan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri, hal ini dapat dilihat dari perbandingan antara t hitung yang lebih besar dari pada t tabel. Dari nilai koefisien regresi produk adalah sebesar 0,634 untuk bank konvensional dan 0,655 untuk bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan nilai lokasi sebesar 1 satuan, maka keputusan tamu hotel akan bertambah sebesar 0,634 untuk bank konvensional dan 0,655 untuk bank syariah satuan.

Hal ini disebabkan karena variable produk antara bank konvensional maupun syariah hamper sama, dalam teorinya berbeda, tetapi dalam prakteknya di dunia perbankan antara bank syariah dan bank konvensional dalam produknya sama hanya saja hanya berbeda dalam nama dan profil produknya.

13. Promosi

Dari hasil uji signifikan yang dilakukan diatas terhadap variabel promosi didapatkan hasil signifikan dan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri, hal ini dapat dilihat dari perbandingan antara t hitung yang lebih kecil dari pada t tabel. Dari nilai koefisien regresi produk adalah sebesar 2,944 untuk bank konvensional dan 0,373 untuk bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan nilai lokasi sebesar 1 satuan, maka keputusan tamu hotel akan

bertambah sebesar 2,944 untuk bank konvensional dan 0,373 untuk bank syariah satuan.

Dari paparan di atas di bank syariah tidak signifikan di sebabkan karena dalam promosi sangat kurang, promosi hal ini dapat berarti dalam media cetak maupun elektronik sangat kurang sedangkan bank konvensional sangat banyak di media cetak atau elektronik, maka promosi di bank konvensional sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan untuk menabung dalam lingkup Pegawai Dan Karyawan Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui analisis diskriminan keputusan pegawai dan karyawan kementerian agama kabupaten wonogiri untuk menggunakan jasa bank syariah dan bank konvensional, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian diatas, hasil uji simultan (uji F) pengaruh pelayanan, produk, lokasi dan promosi pegawai dan karyawan kementerian agama kabupaten wonogiri terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah maupun bank konvensional adalah tidak semua berpengaruh terhadap keputusan untuk menabung di bank syariah maupun bank konvensional. Dari penelitian yang meliputi uji T dan uji F tersebut menyatakan bahwa pelayanan, produk, lokasi dan promosi tidak berpengaruh signifikan , tetapi di bank konvensional ada variable yang sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pegawai dan karyawan kementerian agama kabupaten wonogiri yaitu dari variable promosi, hal ini di sebabkan banyaknya promosi dari bank konvensional yang berada di media cetak maupun elektronik dibandingkan dengan bank syariah yang kurang dalam hal promosi.
2. Adapun variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pegawai dan karyawan kementerian agama kabupaten wonogiri yaitu variable pelayanan, produk dan lokasi, hal ini disebabkan karena tiga variable tersebut tidak berpengaruh jika tidak ada promosi atau iklan yang di tujukan kepada calon nasabah yang akan menabung, kemudian promosi sangat berpengaruh signifikan dalam hal menentukan keputusan seorang nasabah dalam menabung. Promosi sangat berpengaruh signifikan, karena variable promosi dapat berinteraksi kepada calon nasabah secara langsung sehingga nasabah dapat menentukan bank mana yang akan di pilih untuk

menjadi bank yang menurut calon nasabah itu baik untuk dirinya yang meliputi faktor pelayanan, lokasi dan produk tersebut.

B. Saran

1. Dalam pengembangan pengetahuan mahasiswa untuk Program Studi Ekonomi Islam FIAI UII adalah agar dapat menambah kurikulum terkait tentang perkembangan perbankan, baik itu dengan adanya pembelajaran terpisah yang dilakukan di luar kelas, praktek maupun penelitian langsung ke lembaga yang terkait dengan bisnis syariah, seminar dan diskusi atau lainnya yang dapat menunjang dan mengembangkan pengetahuan mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII terhadap perkembangan perbankan di Indonesia ini. Agar mahasiswa banyak yang tertarik dalam menentukan keputusan dalam memilih bank yang akan di gunakan jasanya untuk menabung dan ikut terjun secara langsung menerapkan ilmu yang didapatkannya di bangku kuliah. Sehingga apa yang dicanangkan oleh pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan dapat terwujud seperti yang diimpikan.
2. Bagi peneliti yang akan datang, agar dapat mengembangkan hasil dari penelitian ini, agar dapat memberikan kontribusi yang lebih baik dan dapat bermanfaat bagi pembelajaran generasi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- arieska setiawan ,juhan , *dikutip dari <http://eprints.upnjatim.ac.id>,Diakses pada 16 oktober 2015*
- Anggriawan,H.,dikutip dari *<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle>,Diakses pada 16 oktober 2015*
- desnita ,era,dikutip dari *<http://simba-corp.blogspot.com/2012/03/proposal-skripsi-persepsi-pegawai.html>,Diakses pada 16 oktober 2015*
- muchlish ,mustaqim,*faktor - faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih bank (bank syariah vs bank konvensional,skripsi UIN Alaudin Makasar*
- Wahyu Dini ,Aprilia, *“Analisis Preferensi Nasabah Bank Syariah Di Kota Surakarta,skripsi universitas sebelas maret*
- Arieska Setiyawan ,Juhan,*“Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Kediri,skripsi FISIP UPN Veteran JATIM*
- maski ,ghozali, 2010 *Journal of Indonesian Applied Economics, malang, Indonesia)”* ,Vol. 4 No. 1 Mei 2010, 43-57
- Evi Yupitri dan Raina Linda SariEvi ,medan,Indonesia, 2012 *jurnal ekonomi dan keuangan Vol. 1, No. 1, Desember 2012*
- Hasibuan ,Malayu, *Perbankan Islam, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2002), 1.*
- Muhammad, *Kebijakan Moneter dan Fiskal Dalam Ekonomi Islam, (Yogyakarta : Salemba Empat , 2002), 12.*
- Syarif,,Arbi *Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank, (Jakarta : Djambatan, 2002),*
- Syukri iska ,H.,*sistem perbankan syariah di Indonesia,(Yogyakarta : fajar media pers,2012,hal 16)*
- Adlani ,Ruli,*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pandanaran Semarang,skripsi Universitas Muhammadiyah Semarang 2010*
- Fauzi Yayan,*Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah (Kasus Pada Bank Bni Syariah Cabang Yogyakarta),Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,2010*

- Mudrajad Kuncoro, 2013, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.
- Mega Resti Wulandari. “Perbedaan Minat Membuat Perencanaan Keuangan Syariah Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Status Marital Wanita Karir (Studi Kasus Pada Instansi Pemerintah Daerah kota Palangkaraya)”, *Skripsi*, Jakarta, UIN.
- Rahwat Dian Pratiwi. “Tingkat Kesadaran Masyarakat dalam perencanaan Keuangan Keluarga Prespektif ekonomi Islam (studi kasus pada masyarakat kelurahan Cempaka Putih, Ciputat), *Skripsi*, Jakarta, UIN.
- Slamet Ristanti. 2014. *99 Cara Bebas Finansial*. Yogyakarta: AsdaMedia.
- Nurul Chomaria. 2015. *Cerdal Finansial ala Keluarga Mulsim*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Dyan Fidya, dikutip dari <http://dyaeducationblog.blogspot.com/2013/06/definisi-perencanaan-keuangan.html> 8 Oktober 2015
- Suramaya Suci dan Anastasia Sri, Oktober 2013 , Tingkat Literasi Keuangan Dikalangan Mahasiswa STIE Musi”, *Jurnal Economia*, Volume 9, Nomor 2
- syidik sulistiyanto, dikutip dari [syidikhttp://syidiksulis2.blogspot.com/2014/11/masalah-keuangan-mahasiswa-bisa-diatasi.html](http://syidiksulis2.blogspot.com/2014/11/masalah-keuangan-mahasiswa-bisa-diatasi.html). Diakses pada 10 Oktober 2015.
- Dea Chadiza Syafina, dikutip dari <http://keuangan.kontan.co.id/news/baru-28-mahasiswa-dan-pelajar-melek-keuangan> diakses pada 10 Oktober 2015.
- Yuli Anggraini, 2012, ”Analisa Gaya hidup Terhadap Prilaku Konsumsi Islami Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Di Yogyakarta (studi di UII, UIN, dan UMY), *Skripsi*, Yogyakarta: UII.
- Yogie Fadila, dikutip dari <http://www.hipwee.com/sukses/alasan-alasan-mengapa-uang-kiriman-orang-tuamu-selalu-jebol-sebelum-waktunya/>. Diakses pada 10 Oktober 2015.
- MyFamily Accounting, dikutip dari <http://myfamilyaccounting.wordpress.com/2010/05/19/rahasia-suksesmengatur-keuangan-keluarga/>. Diakses pada 24 Oktober 2015.
- Mike Rini, Pahami siklus Hidup Finansial Anda, dikutip dari <http://www.persiapanpensiun.org/pahami-siklus-hidup-finansial-anda/>, diakses pada 23 Oktober 2015.
- Mohammad Adlany, diktuiip dari http://www.alhassanain.com/indonesian/articles/articles/Philosophy_and_gratitude_library/definisi_pengetahuan/001.html. diakses pada 23 Oktober 2015.
- <http://www.k-link.co.id/syariah/artno/196/Hindari-Gaya-Hidup-Konsumtif-Keuangan-Lebih-Sehat>. diakses pada 23 Oktober 2015.

<https://april04thiem.wordpress.com/2010/11/12/studi-kepuustakaan/>. Diakses pada 21 Oktober 2015.

<http://jokofirmantoro.blogspot.com/2013/06/regresi-linier-sederhana.html> diakses pada 21 Oktober 2015.



LAMPIRAN

A. Kuisisioner

Analisis Diskriminan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Kementerian Agama (KEMENAG) Menjadi Nasabah Bank Syariah Dan Bank Konvensional

Bersama ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu yang terhormat untuk mengisi daftar kuisisioner yang diberikan. Informasi yang anda berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian penelitian dan penulisan skripsi saya. Atas perhatian dan bantuan yang Bapak/Ibu berikan saya ucapkan terimakasih.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin : a.Laki-laki b.Perempuan
Umur :tahun
Alamat :
Pekerjaan :
a.Karyawan b.Pegawai
Bagian :
Pendidikan terakhir :
a.SD b.SLTP c.SMU
d.DIII e.SI
f.S2
pendapatan (per bulan) :
f. Di bawah Rp 500.000
g. Rp 500.000 – Rp 1.500.000
h. Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000
i. Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000
j. Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000

PETUNJUK PENGISIAN KUISISIONER:

- Berilah tanda silang (V) pada salah satu jawaban yang menjadi pilihan Anda dan sesuai dengan pendapat Anda.

➤ Kriteria Penilaian dengan metode Skala likert adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Tidak Setuju (TS)
- c. Kurang Setuju (KS)
- d. Setuju (S)
- e. Sangat Setuju (SS)

B.JASA PERBANKAN YANG DIPILIH

1. Di bank manakah Anda menabung?
 - a. BNI (syariah/konvensional) b. BRI (syariah/konvensional)
 - c. Bank muamalat d. BPR (syariah/konvensional) e. Bank Mandiri (syariah/konvensional)
 - f. Bank lain – lain
2. Menurut Anda lembaga keuangan Bank sangat membantu kebutuhan Anda dan kepentingan Anda adalah?
 - a. bank syariah b. bank konvensional
3. Sudah berapa lamakah Anda menjadi nasabah pada Bank tersebut?
 - a. 1 tahun-3tahun b. 4tahun-5tahun c. 6-10 tahun d. >10 tahun

Faktor Pelayanan	STS	TS	KS	S	SS
Apakah Anda setuju jika dikatakan prosedur pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank adalah cepat, mudah dan efisien? selama Anda menjadi nasabah di Bank tersebut?					
Apakah Anda setuju jika dikatakan bahwa Karyawan/I Bank tersebut mempunyai sikap yang ramah memberikan pelayanan kepada nasabah Bank?					
Apakah Anda setuju dengan pernyataan bahwa Bank tersebut dapat dipercaya memberikan jaminan keamanan yang terjamin dan aman pada simpanan/dana Anda yang ada di Bank tersebut?					

Faktor Lokasi	STS	TS	KS	S	SS
Apakah Anda setuju jika dikatakan lokasi Bank tempat anda menabung cukup strategis dan mudah dijangkau?					
Apakah anda setuju dengan pernyataan bahwa lokasi ATM dan ketersediaan ATM dari bank tersebut sudah cukup tersedia dan mudah dijangkau?					
Apakah anda setuju dengan pernyataan bahwa tempat bank tersebut dapat terjangkau oleh masyarakat untuk menabung ?					

Faktor Produk	STS	TS	KS	S	SS
Apakah anda setuju jika dikatakan anda mengetahui tentang Produk- produk/jasa-jasa yang ditawarkan oleh Bank tersebut?					
Bagaimana pendapat anda tentang tingkat suku bunga yang diberikan oleh Bank. Apakah anda setuju bahwa tingkat suku bunga di bank tersebut cukup adil dan lebih memuaskan dibandingkan dengan Bank syariah ?					
Bagaimana pendapat anda tentang bagi hasil yang diberikan oleh Bank syariah. Apakah anda setuju bahwa bagi hasil di bank syariah tersebut cukup adil dan lebih memuaskan dibandingkan dengan Bank konvensional?					
Setujukah anda mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh bank tersebut, cukup menarik, bervariasi dan menjawab kebutuhan anda?					

Faktor Promosi	STS	TS	KS	S	SS
Setujukah anda jika dikatakan tentang keterbukaan informasi yang diberikan oleh Bank mudah didapatkan?					
Apakah anda setuju jika dikatakan bahwa bank penting melakukan promosi tentang Bank melalui iklan?					

Setujukah anda jika dilakukan sosialisasi tentang bank dan penyebaran Brosur secara langsung oleh pihak Bank kepada masyarakat?					
---	--	--	--	--	--

C. Faktor Penentu Keputusan Nasabah

- Motivasi/Faktor apa yang paling menentukan keputusan Anda untuk memilih menabung dan menjadi nasabah pada Bank tersebut
 - a. Disarankan/dorongan dari teman/keluarga
 - b. Lokasi Bank yang strategis dan mudah dijangkau
 - c. Pelayanan yang memuaskan dari karyawan/I Bank kepada nasabah
 - d. Produk yang ditawarkan oleh Bank menarik dan tingkat bunga yang tinggi



B. Data Kuisisioner

NILAI JAWABAN KUESIOER BANK KONVENSIONAL

22	L	29	PEGAWAI	S1	4	4	4	12	2	3	3	8	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4
23	L	43	KARYAWAN	SMA	4	4	4	12	3	3	3	9	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4
24	L	40	PEGAWAI	D3	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4
25	L	31	PEGAWAI	S1	4	5	3	12	4	5	4	13	2	3	3	4	12	1	4	4	9	3
26	P	27	PEGAWAI	S1	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	4	5	18	4	4	4	12	4
27	L	27	PEGAWAI	S1	4	5	5	14	5	5	4	14	4	4	4	5	17	5	5	4	14	4
28	P	45	PEGAWAI	S1	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4
29	L	58	KARYAWAN	SMP	4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4

NO	L/P	UMUR	PEKERJAAN	PENDIDIKAN	FAKTOR PELAYANAN				FAKTOR LOKASI				FAKTOR PRODUK					FAKTOR PROMOSI				FAKTOR KEPUTUSAN NASABAH
					A1	A2	A3	(X1)	B1	B2	B3	(X2)	C1	C2	C3	C4	X3	D1	D2	D3	X4	Y1
1	L	48	PEGAWAI	S2	4	4	4	12	3	3	4	10	4	5	4	4	17	3	4	5	12	3
2	L	36	PEGAWAI	S1	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	5	5	19	4	4	4	12	3
3	P	47	PEGAWAI	S1	4	4	4	12	3	3	3	9	3	4	4	4	15	5	5	4	14	3
4	P	26	PEGAWAI	S1	4	4	4	12	2	3	2	7	4	4	4	4	16	5	4	4	13	3
5	P	36	KARYAWAN	SMA	3	4	4	11	3	3	3	9	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4
6	P	30	PEGAWAI	S1	4	4	4	12	3	2	3	8	4	4	4	4	16	3	4	4	11	3

NILAI JAWABAN KUESIONER BANK SYARIAH

NO	L/P	UMUR	PEKERJAAN	PENDIDIKAN	FAKTOR PELAYANAN				FAKTOR LOKASI				FAKTOR PRODUK					FAKTOR PROMOSI				FAKTOR KEPUTUSAN NASABAH
					A1	A2	A3	(X1)	B1	B2	B3	(X2)	C1	C2	C3	C4	(X3)	D1	D2	D3	(X4)	Y1
1	L	48	PEGAWAI	S2	4	4	4	12	3	3	4	10	4	5	4	4	17	3	4	5	12	3
2	L	36	PEGAWAI	S1	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	5	5	19	4	4	4	12	3
3	P	47	PEGAWAI	S1	4	4	4	12	3	3	3	9	3	4	4	4	15	5	5	4	14	3
4	P	26	PEGAWAI	S1	4	4	4	12	2	3	2	7	4	4	4	4	16	5	4	4	13	3
5	P	36	KARYAWAN	SMA	3	4	4	11	3	3	3	9	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4
6	P	30	PEGAWAI	S1	4	4	4	12	3	2	3	8	4	4	4	4	16	3	4	4	11	3
7	P	45	PEGAWAI	S2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	1

LAMPIRAN

Uji Validitas Bank Syariah

1. Uji validitas variabel pelayanan

Correlations

		P_1	P_2	P_3	Total_ x1
P_1	Pearson Correlation	1	.167	.167	.730
	Sig. (2-tailed)		.721	.721	.062
	N	7	7	7	7
P_2	Pearson Correlation	.167	1	-.167	.548
	Sig. (2-tailed)	.721		.721	.203
	N	7	7	7	7
P_3	Pearson Correlation	.167	-.167	1	.548
	Sig. (2-tailed)	.721	.721		.203
	N	7	7	7	7
Total _x1	Pearson Correlation	.730	.548	.548	1
	Sig. (2-tailed)	.062	.203	.203	
	N	7	7	7	7

2. Uji validitas variabel lokasi

Correlations

		P_1	P_2	P_3	Total_ X2
P_1	Pearson Correlation	1	.650	.867*	.943**
	Sig. (2-tailed)		.114	.011	.001
	N	7	7	7	7
P_2	Pearson Correlation	.650	1	.548	.816*
	Sig. (2-tailed)	.114		.203	.025
	N	7	7	7	7
P_3	Pearson Correlation	.867*	.548	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.011	.203		.004

	N	7	7	7	7
Total_	Pearson Correlation	.943**	.816*	.911**	1
X2	Sig. (2-tailed)	.001	.025	.004	
	N	7	7	7	7

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

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

3. Uji validitas variabel produk

		P_1	P_2	P_3	P_4	Total_X3
P_1	Pearson Correlation	1	.258	.167	.000	.411
	Sig. (2-tailed)		.576	.721	1.000	.360
	N	7	7	7	7	7
P_2	Pearson Correlation	.258	1	.645	.592	.849*
	Sig. (2-tailed)	.576		.117	.162	.016
	N	7	7	7	7	7
P_3	Pearson Correlation	.167	.645	1	.764*	.867*
	Sig. (2-tailed)	.721	.117		.046	.011
	N	7	7	7	7	7
P_4	Pearson Correlation	.000	.592	.764*	1	.837*
	Sig. (2-tailed)	1.000	.162	.046		.019
	N	7	7	7	7	7
Total_X3	Pearson Correlation	.411	.849*	.867*	.837*	1
	Sig. (2-tailed)	.360	.016	.011	.019	
	N	7	7	7	7	7

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

4. Uji validitas variabel promosi

Correlations

		P_1	P_2	P_3	Total_ X4
P_1	Pearson Correlation	1	.540	-.540	.858*
	Sig. (2-tailed)		.211	.211	.013
	N	7	7	7	7
P_2	Pearson Correlation	.540	1	-.167	.795*
	Sig. (2-tailed)	.211		.721	.033
	N	7	7	7	7
P_3	Pearson Correlation	-.540	-.167	1	-.132
	Sig. (2-tailed)	.211	.721		.777
	N	7	7	7	7
Total_ X4	Pearson Correlation	.858*	.795*	-.132	1
	Sig. (2-tailed)	.013	.033	.777	
	N	7	7	7	7

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

5. Uji validitas variabel keputusan nasabah

Correlations

		P_1	Total_ Y
P_1	Pearson Correlation	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	7	7
Total_ _Y	Pearson Correlation	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	7	7

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

LAMPIRAN

Uji Validitas Bank Konvensional

1. Uji validitas variabel pelayanan

Correlations

		P_1	P_2	P_3	Total_ x1
P_1	Pearson Correlation	1	.167	.167	.730
	Sig. (2-tailed)		.721	.721	.062
	N	7	7	7	7
P_2	Pearson Correlation	.167	1	-.167	.548
	Sig. (2-tailed)	.721		.721	.203
	N	7	7	7	7
P_3	Pearson Correlation	.167	-.167	1	.548
	Sig. (2-tailed)	.721	.721		.203
	N	7	7	7	7
Total_ _x1	Pearson Correlation	.730	.548	.548	1
	Sig. (2-tailed)	.062	.203	.203	
	N	7	7	7	7

2. Uji validitas variabel lokasi

Correlations

		P_1	P_2	P_3	Total_ X2
P_1	Pearson Correlation	1	.650	.867*	.943**
	Sig. (2-tailed)		.114	.011	.001
	N	7	7	7	7
P_2	Pearson Correlation	.650	1	.548	.816*
	Sig. (2-tailed)	.114		.203	.025
	N	7	7	7	7
P_3	Pearson Correlation	.867*	.548	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.011	.203		.004

	N	7	7	7	7
Total_	Pearson Correlation	.943**	.816*	.911**	1
X2	Sig. (2-tailed)	.001	.025	.004	
	N	7	7	7	7

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

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

3. Uji validitas variabel produk

		P_1	P_2	P_3	P_4	Total_X3
P_1	Pearson Correlation	1	.258	.167	.000	.411
	Sig. (2-tailed)		.576	.721	1.000	.360
	N	7	7	7	7	7
P_2	Pearson Correlation	.258	1	.645	.592	.849*
	Sig. (2-tailed)	.576		.117	.162	.016
	N	7	7	7	7	7
P_3	Pearson Correlation	.167	.645	1	.764*	.867*
	Sig. (2-tailed)	.721	.117		.046	.011
	N	7	7	7	7	7
P_4	Pearson Correlation	.000	.592	.764*	1	.837*
	Sig. (2-tailed)	1.000	.162	.046		.019
	N	7	7	7	7	7
Total_X3	Pearson Correlation	.411	.849*	.867*	.837*	1
	Sig. (2-tailed)	.360	.016	.011	.019	
	N	7	7	7	7	7

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

4. Uji validitas variabel promosi

Correlations

		P_1	P_2	P_3	Total_ X4
P_1	Pearson Correlation	1	.540	-.540	.858*
	Sig. (2-tailed)		.211	.211	.013
	N	7	7	7	7
P_2	Pearson Correlation	.540	1	-.167	.795*
	Sig. (2-tailed)	.211		.721	.033
	N	7	7	7	7
P_3	Pearson Correlation	-.540	-.167	1	-.132
	Sig. (2-tailed)	.211	.721		.777
	N	7	7	7	7
Total_ X4	Pearson Correlation	.858*	.795*	-.132	1
	Sig. (2-tailed)	.013	.033	.777	
	N	7	7	7	7

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

5. Uji validitas variabel keputusan nasabah

Correlations

		P_1	Total_ Y
P_1	Pearson Correlation	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	7	7
Total_ _Y	Pearson Correlation	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	7	7

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

LAMPIRAN
Uji Reliabilitas Bank Syariah

Faktor Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.150	3

Faktor Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	3

Faktor Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	4

Faktor Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
-.079	3

Keputusan Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
1.000	2

LAMPIRAN

Uji Reliabilitas Bank Konvensional

Faktor pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.226	3

Faktor Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	3

Faktor Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.565	4

Faktor Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.328	3

Keputusan Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
1.000	2

LAMPIRAN

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

1. Uji Linier Berganda Bank Syariah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.021	10.473		.288	.800
	Pelayanan_X1	-.568	1.147	-.435	-.495	.670
	Lokasi_X2	-.313	.312	-.662	-1.003	.421
	Produk_X3	.380	.579	.582	.655	.580
	Promosi_X4	.288	.774	.305	.373	.745

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah_Y

2. Uji Linier Berganda Bank Konvensional

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.831	.975		2.904	.008
	Pelayanan_X1	-.165	.109	-.375	-1.520	.142
	Lokasi_X2	.003	.046	.012	.056	.956
	Produk_X3	.034	.054	.134	.634	.532
	Promosi_X4	.201	.068	.623	2.944	.007

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah_Y

LAMPIRAN

Hasil Uji Hipotesis Bank Syariah

1. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.997	4	.499	.349	.831 ^a
	Residual	2.861	2	1.430		
	Total	4.857	6			

a. Predictors: (Constant), Promosi_X4, Lokasi_X2, Pelayanan_X1, Produk_X3

b. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah_Y

2. Uji Koefisien Deeterminasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 ^a	.411	-.767	1.196

a. Predictors: (Constant), Promosi_X4, Lokasi_X2, Pelayanan_X1, Produk_X3

3. Uji Variabel Paling Dominan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.021	10.473		.288	.800
	Pelayanan_X1	-.568	1.147	-.435	-.495	.670
	Lokasi_X2	-.313	.312	-.662	-1.003	.421
	Produk_X3	.380	.579	.582	.655	.580
	Promosi_X4	.288	.774	.305	.373	.745

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah_Y

LAMPIRAN

Hasil Uji Hipotesis Bank Konvensional

1. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.179	4	.545	3.619	.019 ^a
	Residual	3.614	24	.151		
	Total	5.793	28			

a. Predictors: (Constant), Promosi_X4, Lokasi_X2, Produk_X3, Pelayanan_X1

b. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah_Y

2. Uji Koefisien Deeterminasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.613 ^a	.376	.272	.388	1.757

a. Predictors: (Constant), Faktor Promosi, Faktor Lokasi, Faktor Produk, Faktor Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

3. Uji Variabel Paling Dominan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.831	.975		2.904	.008
	Pelayanan_X1	-.165	.109	-.375	-1.520	.142
	Lokasi_X2	.003	.046	.012	.056	.956
	Produk_X3	.034	.054	.134	.634	.532
	Promosi_X4	3.301	.068	.623	2.944	.007

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah_Y

LAMPIRAN
UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

a. Uji Normalitas bank syariah

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		7
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,53900807
Most Extreme Differences	Absolute	,305
	Positive	,180
	Negative	-,305
Test Statistic		,305
Asymp. Sig. (2-tailed)		,048 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Normalitas Bank Konvensional

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		29
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,35924871
Most Extreme Differences	Absolute	,114
	Positive	,074
	Negative	-,114
Test Statistic		,114
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

2. Uji Multikoleniaritas

a. Uji Multikoleniaritas Bank Syariah

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc	VIF
						e	
1 (Constant)	8,754	9,421		,929	,451		
Faktor Pelayanan	-1,842	1,419	-1,182	-1,298	,324	,216	4,623
Faktor Lokasi	-,337	,242	-,713	-1,391	,299	,683	1,464
Faktor Produk	,924	,660	1,417	1,400	,296	,175	5,705
Faktor Promosi	,357	,499	,378	,716	,548	,645	1,551

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

a. Uji Multikoleniaritas bank Konvensional

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc	VIF
						e	
1 (Constant)	2,831	,975		2,904	,008		
Faktor Pelayanan	-,165	,109	-,375	-1,520	,142	,428	2,338
Faktor Lokasi	,003	,046	,012	,056	,956	,546	1,830
Faktor Produk	,034	,054	,134	,634	,532	,585	1,711
Faktor Promosi	,201	,068	,623	2,944	,007	,580	1,723

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

3. Uji Heteroskedastisitas

a. Uji Heteroskedastisitas Syariah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,750	2,401		-,312	,784
	Faktor Pelayanan	,163	,362	,555	,450	,697
	Faktor Lokasi	,011	,062	,121	,174	,878
	Faktor Produk	-,089	,168	-,729	-,532	,648
	Faktor Promosi	,051	,127	,285	,399	,728

a. Dependent Variable: RES2

b. Uji Heteroskedastisitas Konvensional

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,831	,975		2,904	,008
	Faktor Pelayanan	-,165	,109	-,375	-1,520	,142
	Faktor Lokasi	,003	,046	,012	,056	,956
	Faktor Produk	,034	,054	,134	,634	,532
	Faktor Promosi	,201	,068	,623	2,944	,007

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

4. Uji Autokorelasi

a. Uji Autokorelasi Syariah

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,801 ^a	,641	-,077	,934	2,446

a. Predictors: (Constant), Faktor Promosi, Faktor Pelayanan, Faktor Lokasi, Faktor Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Uji Autokorelasi Konvensional

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,613 ^a	,376	,272	,388	1,757

a. Predictors: (Constant), Faktor Promosi, Faktor Lokasi, Faktor Produk, Faktor Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah