

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, merupakan penelitian yang berbentuk angka yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>67</sup> Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis kegiatan penelitian yang sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas dari mulai pengumpulan data hingga analisis data.<sup>68</sup> Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, motivasi, dan bauran pemasaran terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Umum Syariah, studi kasus mahasiswa IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan Tahun 2016.

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian asosiatif, hubungan variabel terhadap objek yang diteliti

---

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.8

<sup>68</sup> Moh. Sidik Pradana, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hal.3

bersifat sebab akibat, sehingga ada variabel dependen dan independen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jenis penelitian ini digolongkan jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan menggunakan kuesioner/angket. Variabel yang diangkat dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (X), dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah religiusitas, motivasi dan bauran pemasaran sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah.

## **B. Populasi, Sampling dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.<sup>69</sup>

Populasi merupakan totalitas semua nilai mungkin, baik hasil menghitung maupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan

---

<sup>69</sup> Burhan Bungin, *Metodologi penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 99

jelas. Pengertian lain mengatakan populasi adalah sekelompok subjek baik manusia, gejala, benda-benda ataupun peristiwa.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan Tahun 2016.

## 2. Sampling dan Sampel

Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan metode tertentu. Besarnya sampel harus mencerminkan karakteristik populasi agar data yang diperoleh *representative* (terwakili).<sup>70</sup> Sampel dapat diartikan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel penelitian adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil dengan menggunakan teknik tertentu. Sampel juga berarti sebagian dari populasi, atau kelompok kecil yang diamati.

Dalam penelitian ini teknik untuk pengambilan sampel adalah dengan teknik sampling. Teknik sampling dibedakan menjadi dua kategori, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.<sup>71</sup> Teknik sampling juga bisa diartikan sebagai teknik yang digunakan untuk mengambil sampel agar terjamin representasinya terhadap populasi. Macam-macam teknik sampling telah disiapkan, agar prosedur pengambilan sampel benar dan representatif. Dalam

---

<sup>70</sup> Ibid, hal. 105

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 97

penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, dengan menggunakan dengan teknik *purposive sampling*. Dimana pengambilan sampel anggota populasi penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan tahun 2016 yang menabung di bank syariah. Untuk menentukan sampel populasi digunakan perhitungan maupun acuan tabel yang dikembangkan oleh para ahli.

Roscoe (1975) yang dikutip Uma sekaran memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:<sup>72</sup>

- a. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
- b. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita. Junior/senior, dan sebagainya)
- c. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.

Berdasarkan perhitungan dari Roscoe maka sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$=10 \times (\text{variabel dependen} + \text{variabel independen})$$

---

<sup>72</sup> Ali Mauludi, *Analisis Data dengan Statitik*, (), hal.7.

$$=10 \times (1+3)$$

$$=10 \times 4$$

$$=40$$

Jadi sampel minimal dalam penelitian ini adalah 40 sampel. Jumlah populasi mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung angkatan 2016 adalah sebanyak 1266 mahasiswa, namun atas dasar pertimbangan peneliti dan agar sampel yang digunakan lebih representatif maka peneliti menetapkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 sampel.

## **C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran**

### **1. Sumber Data**

Data merupakan kumpulan angka atau fakta atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2015), hal. 16

Sumber data terdiri dari data utama dalam bentuk kata-kata atau ucapan atau perilaku orang-orang yang diamati dan diwawancarai.<sup>74</sup> Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui angket (kuesioner) yang disebar langsung kepada mahasiswa IAIN Tulugagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan tahun 2016. Angket dalam penelitian ini berisikan daftar pertanyaan mengenai gambaran umum tentang pengaruh religiusitas, motivasi dan bauran pemasaran terhadap keputusan menjadi nasabah.

## 2. Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>75</sup> Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, adapun variabel-variabel tersebut adalah:

### a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas (*Independent*) adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen.

Variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi

---

<sup>74</sup> Ahmad tanzeh dan Suyitno, *Dasar-dasar Penelian*, (Surabaya : Elkaf, 2006), hal. 131

<sup>75</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal.109

hubungan positif dan negatif.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini variabel bebas (X) ada tiga yaitu: religiusitas, motivasi dan bauran pemasaran.

b. Variabel terikat (*dependent*)

Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang menjadi akibat dan nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini menjadi perhatian utama sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan dan sekaligus menjadi sasaran penelitian. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini yaitu keputusan menjadi nasabah di Bank Umum Syariah.

### 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian.<sup>77</sup> Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

---

<sup>76</sup> Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal.36

<sup>77</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), hal. 120

Dalam kuisisioner (angket) ini, skor diukur dengan menggunakan *skala likert* yaitu sebagai berikut :

- 1) Sangat Setuju (SS) = 5
- 2) Setuju (S) = 4
- 3) Netral (N) = 3
- 4) Tidak Setuju (TS) = 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

#### **D. Teknik Pengumpulan Data dan Data Instrumen Penelitian**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengamatan. Teknik pengumpulan data dapat diartikan sebagai cara atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan sebenar-benarnya yang nantinya akan sangat berguna terhadap hasil penelitian yang dilakukan.<sup>78</sup> Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

##### **a. Angket (Kuesioner)**

Teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan

---

<sup>78</sup> Rokmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim Publishing, 2017), hal. 80

kepada responden dengan harapan memberikan respon atau daftar pertanyaan tersebut.

b. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrument yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik tertulis, gambar, maupun elektronik. Dokumen-dokumen yang dihimpun dipilih yang sesuai dengan tujuan dan fokus masalah. dalam melaksanakan metode dokumentasi peneliti mengumpulkan benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen tentang gambaran perusahaan serta catatan-catatan lain yang berisi keterangan-keterangan yang berhubungan tentang penelitian.<sup>79</sup>

## 2. Data Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih

---

<sup>79</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 195

baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket.

Penelitian ini, penelitian yang menggunakan instrument berupa kuisisioner dengan menggunakan Likert dengan 5 opsi jawaban. Skala Likert merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena pembuatan relative lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.<sup>80</sup>

## **E. Teknik Analisis Data**

Dalam menganalisa hasil penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Teknik analisis data merupakan cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisis yang digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Teknik-teknik yang digunakan antara lain :

### **1. Uji Validitas dan Reabilitas**

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner, apakah item pada

---

<sup>80</sup>Husain, Usman & Setyadi, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 65

kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Sugiyono dalam bukunya *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed methods)* menyatakan bahwa jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid<sup>81</sup>. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  maka data dikatakan valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis butir.

Uji reliabilitas yaitu kemampuan kuesioner memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Keandalan suatu instrumen menunjukkan hasil pengukuran dari suatu instrumen yang bebas dari kesalahan pengukuran, sehingga menjamin suatu pengukuran yang konsisten dan stabil (tidak berubah) dalam kurun waktu dan berbagi titik dalam instrumen.<sup>82</sup>

Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua menggunakan uji Cronbach's Alpha, yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas minimal yang dapat diterima. Interpretasinya adalah sebagai berikut:

- a. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d 0,20 , artinya kurang reliable

---

<sup>81</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed methods)*, (Bandung:Alfabeta, 2013), hal. 134

<sup>82</sup>Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal. 106

- b. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d 0,40 , artinya agak reliable
- c. Nilai alpha cronbach 0,41 s.d 0,60 , artinya cukup reliable
- d. Nilai alpha cronbach 0,61 s.d 0,80 , artinya reliable
- e. Nilai alpha cronbach 0,81 s.d 1,00 , artinya sangat reliable

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan Kolmogorow yang dipadukan dengan kurva P-P Plots.

Dalam penelitian uji normalitas data yang digunakan adalah uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusannya digunakan pedoman jika nilai Sig.  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sig.  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal.

### b) Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residu dari satu pengamatan kepengamatan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas

dan jika varians berbeda disebut heteroskedestisitas. a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedestisitas. b) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah O pada Y, maka tidak terjadi heteroskedestisitas.

c) Uji Multikolineritas

Multikolinearitas adalah kondisi terdapatnya hubungan linier atau korelasi yang tinggi antara masing-masing variabel independen dalam model regresi. Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

### **3. Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel. Regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu

variabel independen. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:<sup>83</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + E$$

Y= nilai pengaruh yang diprediksikan

a= konstanta atau bilangan harga X=0

b= koefisien regresi

X= nilai variabel dependen

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara religiusitas, pendidikan, dan bauran pemasaran (variabel independent) dengan keputusan menjadi nasabah bank syariah (variabel dependen).

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T (T-test)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance).

Jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak

---

<sup>83</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed methods)*, (Bandung:Alfabeta, 2013), hal. 262

terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji F

Uji F merupakan uji asumsi mengenai tepatnya regresi untuk diterapkan terhadap data empiris atau hasil observasi. Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. hipotesis yang digunakan adalah :  $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ .

Semua variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama sama. Pada tingkat signifikansi 5 persen dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , atau jika probabilitas  $F_{hitung} >$  tingkat signifikansi 0,05 maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel penjelas secara serentak atau bersamasama tidak mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.
- 2)  $F_{hitung} <$  tingkat signifikansi 0,05 maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel penjelas secara serentak atau bersama-sama mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.

## 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah:

$$R^2 = (r^2)$$

Keterangan:

$R^2$  = koefisien determinasi

$R^2$  = koefisien korelasi

## **F. Definisi Konsep dan Operasional**

Peneliti menetapkan secara teoritis dan operasional mengenai variabel dan indikator yang akan diteliti yaitu definisi konsep dan operasional variabel sebagai berikut:

### **1. Variabel Religiusitas ( $X_1$ )**

#### **$X_{1.1}$ Dimensi Pengetahuan Agama (*Religious Knowledge*)**

$X_{1.1.1}$  Saya meyakini riba dilarang oleh Agama Islam

$X_{1.1.2}$  Saya yakin pelaku riba akan disiksa dunia akhirat

X<sub>1.1.3</sub> Saya meyakini bunga bank sama dengan riba

**X<sub>1.2</sub> Dimensi Pengalaman (*Religious Feeling*)**

X<sub>1.2.1</sub> Saya menghindari perkara yang haram

X<sub>1.2.2</sub> Saya menghindari perilaku yang subhat dan makruh

X<sub>1.2.3</sub> Saya menghindari riba atau bunga bank

**X<sub>1.3</sub> Dimensi Pengamalan (*Religious Effect*)**

X<sub>1.3.1</sub> Saya selalu mengamalkan ajaran Islam secara keseluruhan

X<sub>1.3.2</sub> Saya selalu menjauhi semua larangan Allah SWT

X<sub>1.3.3</sub> Saya meyakini perintah Allah SWT diatas segalanya

**2. Variabel Motivasi (X<sub>2</sub>)**

**X<sub>2.1</sub> Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*)**

X<sub>2.1.1</sub> Saya menggunakan bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya

X<sub>2.1.2</sub> Saya menggunakan bank syariah karena kemauan sendiri

**X<sub>2.2</sub> Kebutuhan Keamanan (*Safety Needs*)**

X<sub>2.2.1</sub> Saya menggunakan bank syariah karena keamanan terjamin

X<sub>2.2.2</sub> Saya memilih bank syariah karena merasa nyaman menggunakan bank syariah

**X<sub>2.3</sub> Kebutuhan Sosial (*Social Needs*)**

X<sub>2.3.1</sub> Saya memilih bank syariah karena ingin memajukan perbankan syariah

X<sub>2.3.2</sub> Saya memilih bank syariah karena terpengaruh oleh teman-teman saya

**X<sub>2.4</sub> Kebutuhan Penghargaan (*Esteem Needs*)**

X<sub>2.4.1</sub> Saya memilih bank syariah karena memiliki kualitas yang baik

X<sub>2.4.2</sub> Saya memilih bank syariah karena produk yang ditawarkan sesuai dengan selera saya

**X<sub>2.5</sub> Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self Actualization Needs*)**

X<sub>2.5.1</sub> Saya menggunakan bank syariah karena meningkatkan kemaslahatan masyarakat

X<sub>2.5.2</sub> Saya menggunakan bank syariah karena memberikan keuntungan lebih dari bank konvensional

**3. Variabel Bauran pemasaran (X<sub>3</sub>)**

**X<sub>3.1</sub> Produk (*Product*)**

X<sub>3.1.1</sub> Menurut saya, produk-produk bank syariah sangat menarik

X<sub>3.1.2</sub> Menurut saya, produk-produk bank syariah bervariasi

**X<sub>3.2</sub> Tempat (*Place*)**

X<sub>3.2.1</sub> Menurut saya, lokasi kantor bank syariah mudah dijangkau

X<sub>3.2.2</sub> Menurut saya, lokasi kantor bank syariah strategis dan berada di area bisnis

**X<sub>3.3</sub> Harga (*Price*)**

X<sub>3.3.1</sub> Menurut saya, biaya administrasi bank syariah relatif murah

X<sub>3.3.2</sub> Menurut saya, bagi hasil yang ditetapkan bank syariah tinggi dan kompetitif

#### **X<sub>3.4</sub> Promosi (*Promotion*)**

X<sub>3.4.1</sub> Menurut saya, brosur bank syariah sangat menarik

X<sub>3.4.2</sub> Menurut saya logo dari bank syariah menarik dan gampang dilihat di jalan

### **4. Variabel Keputusan menjadi nasabah (Y)**

#### **Y<sub>1</sub> Pengenalan Masalah**

Y<sub>1.1</sub> Saya sudah lama mengenal bank syariah

Y<sub>1.2</sub> Saya mengenal bank syariah masih baru ini

#### **Y<sub>2</sub> Pencarian Informasi**

Y<sub>2.1</sub> Saya mencari sendiri informasi tentang bank syariah

Y<sub>2.2</sub> Saya mendapat informasi tentang bank syariah dari orang lain

#### **Y<sub>3</sub> Evaluasi Alternatif**

Y<sub>3.1</sub> Bank syariah merupakan satu-satunya bank yang saya pilih

Y<sub>3.2</sub> Bank syariah memiliki nilai lebih dari bank yang lain

#### **Y<sub>4</sub> Keputusan Pembelian**

Y<sub>4.1</sub> Saya memilih bank syariah merupakan sebuah kebutuhan

Y<sub>4.2</sub> Saya memilih bank syariah karena keunggulan produk-produknya

#### **Y<sub>5</sub> Perilaku Setelah Pembelian**

Y<sub>5.1</sub> Saya akan selalu menjadi nasabah bank syariah dalam kondisi apapun

Y<sub>5.2</sub> Saya akan mengajak teman dan saudara saya untuk menjadi nasabah bank syariah