

**PENGARUH SHARIA COMPLIANCE, KUALITAS LAYANAN DAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK
SYARIAH**

(STUDI KASUS : BANK BNI SYARIAH KC YOGYAKARTA)

***THE INFLUENCE OF SHARIA COMPLIANCE, QUALITY OF SERVICE AND
PRODUCT TOWARD THE CUSTOMER DECISION IN SELECTING SHARIA
BANKS***

(A CASE STUDY: BNI SYARIAH BRANCH OFFICE YOGYAKARTA)

Oki Pratiwi dan Dr. Maesyaroh, M.A.

*Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl.
Lingkar Selatan Tamantirto, Kasihan, Bantul, DI Yogyakarta 55183*

Email : okipratiwi88@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sharia compliance, kualitas layanan, dan produk terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Objek penelitian ini adalah Bank BNI Syariah KC Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan jenis data yang digunakan adalah data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang nasabah. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah convenience sample di mana pengambilan sampel didasarkan kemudahan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan penyebaran kuesioner pada nasabah bank BNI Syariah KC Yogyakarta. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS dengan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sharia compliance berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih Bank BNI Syariah KC Yogyakarta dengan nilai p-values sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil daripada 0,05. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah dengan nilai p-values sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil daripada 0,05. Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah dengan nilai p-values sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil daripada 0,05.

Kata Kunci : Sharia Compliance, Kualitas Layanan, Produk, Keputusan Nasabah

Abstract

This research aims to find out the influence of sharia compliance, the quality of service and product toward the customer decision in selecting sharia banks. The object of this research was BNI Syariah Branch Office Yogyakarta. The research type used in this research was quantitative and the type of data used was primary data. The samples selected in this research were 100 customers. The sample collection technique in this research was convenience sample in which the sample collection was conducted based on practicality. The data collection in this research was taken by distributing questionnaires to the customers of BNI Syariah Branch Office Yogyakarta. The analysis tool employed in this research was PLS using SmartPLS 3.0 software. The research results show that sharia compliance has positive influence toward customer decision in selecting BNI Syariah Branch Office Yogyakarta with the p-values of 0.000 meaning that it is smaller than 0.05. The quality of service has a positive and significant influence toward customer decision in selecting sharia banks with the p-values of 0.001 meaning that it is smaller than 0.05. Product has a positive and significant influence toward customer decision in selecting sharia banks with the p-values of 0.000 meaning that it is smaller than 0.05.

Keywords: Sharia compliance, quality of service, product, customer decision

PENDAHULUAN

Bank syariah muncul di negara Indonesia mulai tahun 1990-an, berdirinya pebankan syariah ini diprakarsai oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia) pada tanggal 18-20 Agustus 1990. Bank syariah yang pertama kali berhasil didirikan di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Bank Muamalat Indonesia ini resmi didirikan setelah penandatanganan akta pendirian pada tanggal 1 November 1991. Dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia ini menjadi awal perkembangan bank syariah di Indonesia (Kasmir, 2015: 165). Bank syariah terus mengalami pertumbuhan, pada tahun 2018 jumlah bank syariah bertambah menjadi 14 bank umum syariah. Selain itu, jumlah unit usaha syariah juga mengalami perubahan, pada tahun 2018 jumlah UUS di Indonesia adalah 20 unit. Selain itu jumlah BPRS di Indonesia juga mengalami pertumbuhan menjadi 167 BPRS (Statistik perbankan Syariah OJK, Desember 2018). Dengan meningkatnya perkembangan bank syariah, maka persaingan antar lembaga keuangan juga ikut meningkat.

Perbedaan dasar yang membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional adalah adanya penerapan prinsip-prinsip syariah yang dilakukan pada

bank syariah. Penerapan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syaria'ah atau *sharia compliance* pada bank syariah merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan seorang nasabah dalam menggunakan bank syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Zamroni dan Wahibur (2016) menyatakan bahwa *sharia compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Hal ini membuktikan bahwa aspek *sharia compliance* sangat diperhatikan oleh masyarakat dalam memutuskan untuk memilih bank syariah.

Selain *sharia compliance* faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih bank syariah adalah kualitas layanan yang berkualitas dan memuaskan yang diberikan oleh bank syariah. Menurut Othman dan Owen dalam Aisyah (2017) ada beberapa dimensi dari kualitas pelayanan yang harus diperhatikan diantaranya adalah *compliance, assurance, responsively, tangible, empathy* dan *reality*. Dimensi-dimensi tersebut dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Dengan terpenuhinya hal-hal tersebut akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih bank syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Aisyah (2017), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih perbankan syariah.

Tidak bisa dipungkiri selain kualitas pelayanan, produk dalam bank syariah juga akan sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk melakukan investasi pada bank syariah. Semakin banyak produk berkualitas yang ditawarkan oleh bank syariah, maka minat masyarakat terhadap bank syariah juga akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah, maka keputusan masyarakat untuk berinvestasi pada bank syariah juga akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zamroni (2016) yang melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Marketing Mix Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus*” yang menyatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah yang ada di Kudus. Berdasarkan latar belakang di atas, maka judul penelitian ini adalah “*Pengaruh Sharia Compliance, Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah pada Bank BNI Syariah KC Yogyakarta*”.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh positif signifikan antara *sharia compliance*, kualitas layanan, dan produk terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh antara *sharia compliance*, kualitas layanan dan produk terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan sumbangan pemikiran dan wacana untuk pihak-pihak yang bersangkutan serta terlibat dalam penelitian ini, serta dapat dijadikan referensi untuk pengembangan penelitian baru di bidang perbankan lainnya.

Landasan Teori

Sharia Compliance

Sharia Compliance merupakan kepatuhan atau ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, jadi seluruh kegiatan usaha yang dilakukan oleh perbankan syariah harus sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Junusi (2012) menjelaskan beberapa indikator dari *sharia compliance* diantaranya : Tidak ada *riba*, *gharar*, dan *meisir* dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh bank syar'ah, melaksanakan bisnis yang berbasis kepada keuntungan yang halal. Melaksanakan amanah yang telah dipercaya oleh nasabah, DPS memiliki peran yang efektif dalam setiap pengawasan dari produk ataupun layanan yang dilakukan oleh bank syariah, dan Mengelola zakat, infaq dan shadaqoh yang amanah.

Kualitas Layanan

Menurut Kotler dalam Rafidah (2014) pelayanan merupakan segala sesuatu yang tidak memiliki wujud, dan berupa suatu tindakan (unjuk kerja) yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya tanpa mengakibatkan pindahnya suatu kepemilikan. Kotler dalam Sarwita (2017) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan daya tanggap serta realitas yang dirasakan konsumen (nasabah) terhadap jasa yang diberikan perusahaan (bank). Kualitas layanan diwajibkan bermula dari kebutuhan konsumen (nasabah) dan berakhir pada persepsi konsumen (nasabah). Lovelock dan Wright dalam Aisyah, dkk (2017) mengartikan kualitas pelayanan berperan sebagai evaluasi kognitif jangka panjang dari seorang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.

Menurut Model Othman dan Owen dalam Rafidah (2014) Indikator untuk mengukur kualitas layanan adalah dengan menggunakan metode CARTER yaitu *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*.

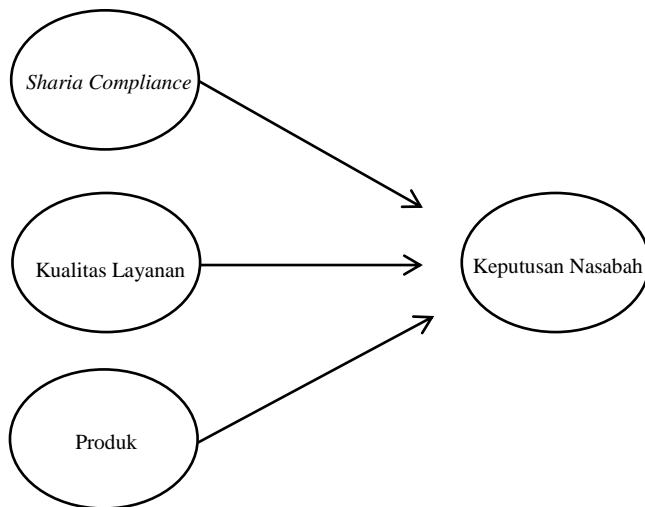
Produk

Kotler dalam Arifin dan Khotimah (2014) menjelaskan produk merupakan semua hal yang bisa ditawarkan ke pasar agar menarik perhatian, akuisisi, serta penggunaan (konsumsi) yang bisa memuaskan suatu keinginan atau dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Tjiptono dalam Heryanto (2014) menemukan atribut produk merupakan semua unsur yang ada di dalam produk dan dianggap penting oleh seorang konsumen serta dapat dijadikan sebagai dasar dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Atribut dalam suatu produk dapat meliputi kemasan, merek, pelayanan, jaminan (garansi), dan lain sebagainya.

Keputusan Nasabah

Definisi keputusan menurut Schiffman dan Kanuk (2000) adalah suatu tindakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan yang tersedia (Sangadji dan Sopiah, 2013:120). Sedangkan Setiadi (2003) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan konsumen merupakan proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan guna mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu dari alternatif pilihan tersebut. Hasil yang diperoleh dari pengintegrasian adalah pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku (Sangadji dan Sopiah, 2013:121). Menurut Olson indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan nasabah adalah sebagai berikut (Sangadji dan Sopiah, 2013:38) : Pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi sebagai alternatif, keputusan pembelian, Dan perilaku pasca pembelian.

Kerangka Konsep



Hipotesis

Berdasarkan kerangka konsep di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ = *Sharia compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank BNI Syariah KC Yogyakarta

H₂ = Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank BNI Syariah KC Yogyakarta.

H₃ = Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank BNI Syariah KC Yogyakarta

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data Primer merupakan data yang digunakan dalam penelitian ini, data primer didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada responden yang terpilih. Objek dari penelitian ini adalah Bank BNI Syariah KC Yogyakarta, dengan sampel nasabah Bank BNI Syariah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan teknik *sampling convenience sample*, di mana pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kemudahan. Seseorang terpilih menjadi sampel karena kebetulan bertemu

dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, apabila orang tersebut dipandang cocok atau memenuhi kriteria sebagai sampel (Sanusi, 2011:94).

Definisi Operasional Variabel

Sharia Compliance

Sharia compliance merupakan kepatuhan perbankan syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. Indikator yang digunakan untuk mengukur *sharia compliance* diantaranya adalah bisnis yang halal, bebas dari riba dan *gharar*, serta pengolahan usaha yang amanah (Junusi, 2012).

Kualitas Layanan

Menurut Kotler dalam Rafidah (2014) pelayanan merupakan segala sesuatu yang tidak memiliki wujud, dan berupa suatu tindakan (unjuk kerja) yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya tanpa mengakibatkan pindahnya suatu kepemilikan. Indikator dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan menurut Model Othman dan Owen dalam Rafidah (2014) adalah dengan menggunakan metode CARTER yaitu *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy*, dan *Responsiveness*.

Produk

Kotler dalam Arifin dan Khotimah (2014) menjelaskan produk merupakan semua hal yang bisa ditawarkan ke pasar agar menarik perhatian, akuisisi, serta penggunaan (konsumsi) yang bisa memuaskan suatu keinginan atau dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Indikator yang digunakan untuk mengukur produk adalah memiliki bentuk dan gaya, memiliki keistimewaan tertentu, pemberian merek, kualitas, dan kemasan.

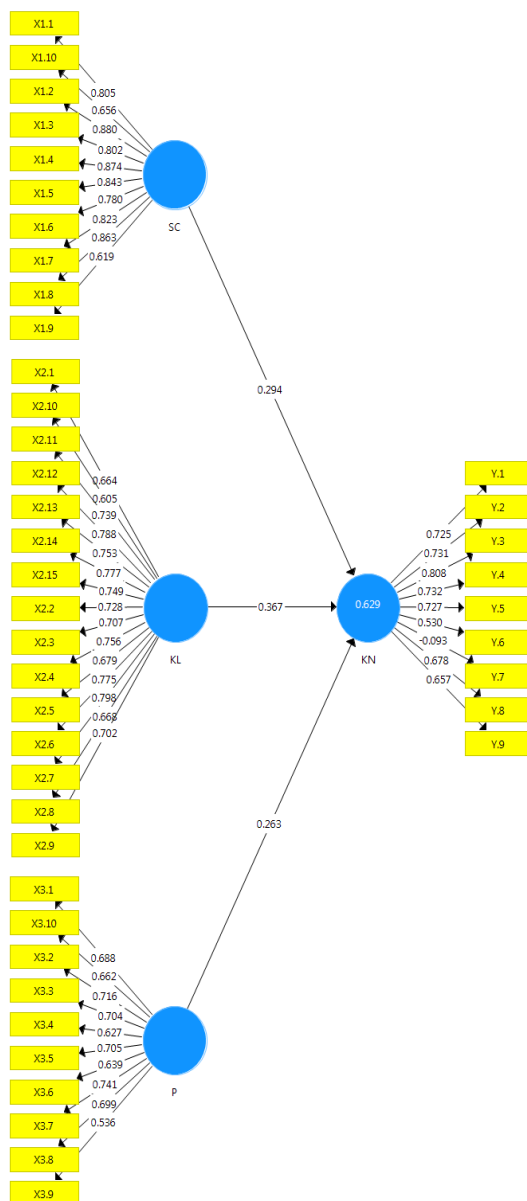
Keputusan Nasabah

Definisi keputusan menurut Schiffman dan Kanuk (2000) adalah suatu tindakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan yang tersedia (Sangadji dan Sopiah, 2013:120). Menurut Olson indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan nasabah adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi sebagai alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Sangadji dan Sopiah, 2013:38)

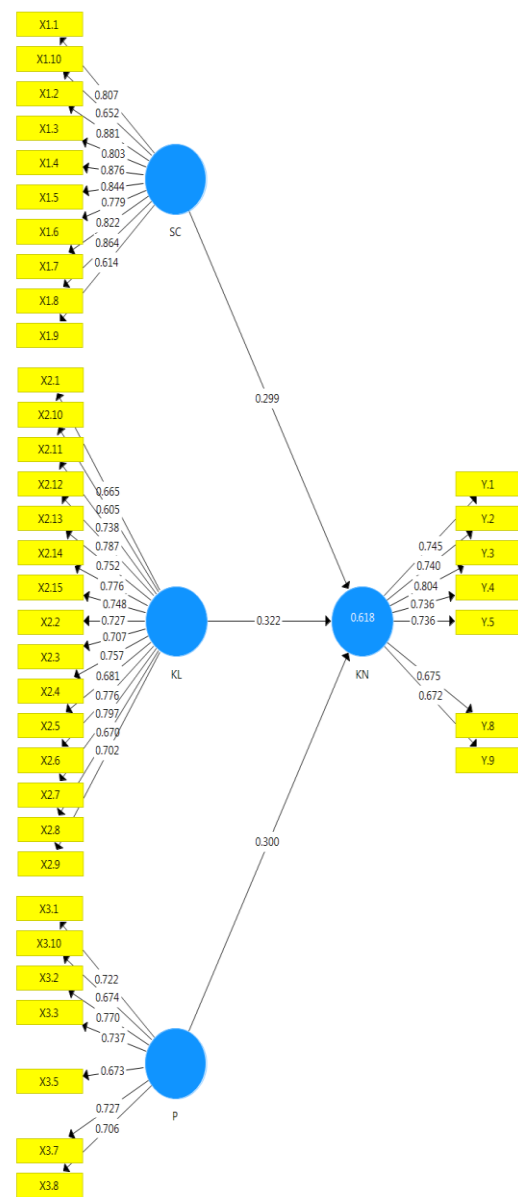
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan bagian dari model pengukuran yang biasanya disebut *Outer Model*. Dalam penelitian ini pengujian validitas data akan digunakan dua kriteria yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity* dengan software SmartPLS 3.0, berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dengan *PLS Algorithm* dihasilkan *outer model* sebagai berikut :



Tampilan Output Model Pengukuran Sebelum Eliminasi



Tampilan Output Model Pengukuran Sesudah Eliminasi

Convergent Validity

Berdasarkan hasil pengujian model pengukuran pada gambar dapat dijelaskan bahwa seluruh indikator dalam *sharia compliance* dapat diterima karena memiliki nilai faktor loading di atas 0.5 dan mendukung nilai AVE sebesar 0,638. Seluruh indikator pada variabel kualitas layanan dapat diterima karena memiliki nilai faktor loading di atas 0.5 dan mendukung nilai AVE sebesar 0,538. Indikator X3.4 X3.6 dan X3.9 pada variabel produk dihapus atau dieliminasi karena memiliki nilai faktor loading yang diterima yaitu di atas 0.5, namun tidak mendukung nilai AVE sebesar 0,455. Setelah dilakukan eliminasi nilai AVE nya adalah 0.513. Indikator Y.6 dan Y.7 pada variabel keputusan nasabah dieliminasi karena memiliki nilai di bawah 0,5 dan tidak mendukung nilai AVE sebesar 0,440. Setelah dilakukan eliminasi nilai AVE yang didapat sebesar 0.534. Nilai AVE pada setiap variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel Average Variance Extracted (AVE)

Konstruk	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Sharia Compliance</i>	0,638
Kualitas Layanan	0,530
Produk	0,513
Keputusan Nasabah	0,534

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Discriminant Validity

Uji validitas dapat dilihat dari *discriminant validity* dengan cara membandingkan masing-masing akar kuadrat AVE (\sqrt{AVE}) dengan nilai korelasi antara konstruk penelitian (Ghazali, 2015:96). Apabila konstruk memiliki nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruknya, maka bisa dikatakan bahwa kontrak penelitian telah memenuhi syarat atau kriteria *discriminant validity*. Hasil analisis outer dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel *Discriminant Validity*

	Kualitas Layanan	Keputusan Nasabah	Produk	Sharia Compliance
Kualitas Layanan	0,728			
Keputusan Nasabah	0,687	0,731		
Produk	0,675	0,684	0,717	
Sharia Compliance	0,542	0,641	0,556	0,799

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa semua konstruk variabel dalam penelitian ini memiliki nilai akar AVE lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam model pengukuran (*Outer Model*) dinyatakan valid karena telah memenuhi *convergent validity* dan *discriminant validity*.

Hasil Uji Reliabilitas

Dalam pengujian reliabilitas pengukuran dilakukan menggunakan dua kriteria yakni dengan *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari setiap blok indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk (Ghozali, 2015:41). Konstruk dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* > 0,7.

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Sharia Compliance	0,935	0,946
Kualitas Layanan	0,936	0,944
Produk	0,843	0,881
Keputusan Nasabah	0,855	0,889

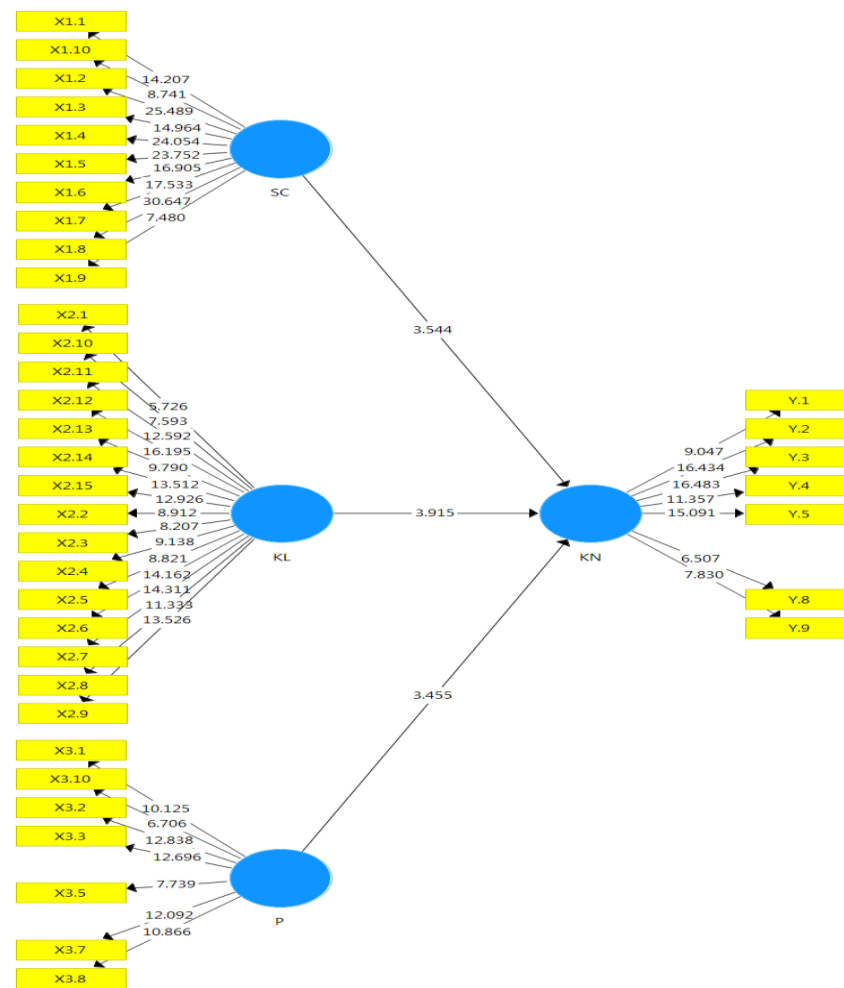
Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan hasil Output dari *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa seluruh konstruk/variabel pengukuran yang digunakan yaitu *sharia compliance*, kualitas layanan, produk dan keputusan nasabah dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability* pada variabel tersebut secara keseluruhan memiliki nilai di atas 0,7.

Hasil Pengujian Model Struktural (*Inner Model*) dan Pengujian Hipotesis

Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada model pengukuran (*Outer Model*) dan hasil dari pengujian dapat dinyatakan tidak terdapat masalah atau dinyatakan valid dan reliabel. Selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis dengan melakukan langkah *Bootstrapping* dan dihasilkan output model sebagai berikut :



Gambar Tampilan Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi *inner model* atau model struktural pada PLS dapat dilihat dengan menggunakan *R-Square* yang merupakan uji *goodness of Fit* (GoF). Nilai *R-Square* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel Nilai R-Square

Konstruk	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Nasabah	0.618	0.606

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Nilai R^2 untuk keputusan nasabah sebesar 0,618, artinya 61,8% keputusan nasabah dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen yaitu *sharia compliance*, kualitas layanan, dan produk. Sedangkan 38,2 % dari variabel keputusan nasabah dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis terdapat tiga poin yang perlu diperhatikan pada uji structural dengan *bootstrapping*, poin tersebut diantaranya adalah nilai *original sampel* (β), *T-Statistic* dan *P-Values*. *original sampel* (β) digunakan untuk melihat pengaruh arah hubungan antar konstruk. Adapun *path coefficients* model structural (*inner model*) dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel Hasil Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O/ β)	T-Statistic	P-Values
<i>Sharia Compliance</i> → Keputusan Nasabah	0,299	3,544	0,000***
Kualitas Layanan → Keputusan Nasabah	0,322	3,915	0,001***
Produk → Keputusan Nasabah	0,300	3,455	0,000***

* $\leq 0,10$; ** $P \leq 0,005$; *** $P \leq 0,001$

N = 100

Berikut hasil dari uji masing-masing hipotesis:

Hipotesis 1 : *sharia compliance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BNI Syariah KC Yogyakarta. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa *sharia compliance* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BNI Syariah KC Yogyakarta dengan skor atau nilai koefisien beta 0,299, nilai

atau skor t-statistik 3,544 lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai t-tabel ($>1,96$ dengan tingkat signifikan 5%) dan nilai *p-values* sebesar 0,000 atau $< 0,001$. Berdasarkan perhitungan diatas maka hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

Hipotesis 2 : Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BNI Syariah KC Yogyakarta. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan *bootstrapping* menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dengan skor atau nilai koefisien beta (β) 0,322, skor atau nilai t-statistik 3,915 lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai t-tabelnya ($>1,96$ dengan tingkat signifikan 5%) dan nilai *p-values* sebesar 0,001 atau $\leq 0,001$. Berdasarkan perhitungan diatas maka hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

Hipotesis 3 : Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BNI Syariah KC Yogyakarta. Berdasarkan hasil uji hipotesis memperlihatkan produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dengan skor atau nilai koefisien beta (β) 0,300, nilai atau skor t-statistik 3,455 lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai t-tabelnya ($>1,96$ dengan tingkat signifikan 5%) dan nilai *p-values* sebesar 0,000 atau $< 0,001$. Berdasarkan perhitungan diatas maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui *sharia compliance*, kualitas layanan dan produk terhadap keputusan nasabah memilih Bank BNI Syariah KC Yogyakarta. Analisis dilakukan kepada 100 orang jumlah kuesioner yang memiliki pernyataan mengenai *sharia compliance*, kualitas layanan, produk dan keputusan nasabah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan *inner model* (model struktural) dengan *Partial Least Square* (PL) 3.0. Setelah melakukan analisis maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Sharia compliance* berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BNI Syariah KC Yogyakarta dengan *p-values* sebesar 0,000 yang

berarti lebih kecil daripada 0,05. Hal ini terlihat semakin besar *sharia compliance* yang diterapkan oleh bank BNI Syariah maka semakin besar pula peluang nasabah memutuskan untuk menggunakan bank BNI Syariah KC Yogyakarta. Dalam penelitian ini juga dapat disimpulkan bahwa *sharia compliance* dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah

2. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank BNI Syariah KC Yogyakarta dengan nilai *p-values* sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kualitas layanan yang dapat diberikan pihak bank ke nasabah maka semakin tinggi pula peluang nasabah memutuskan memilih Bank BNI Syariah KC Yogyakarta.
3. Produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank BNI Syariah KC Yogyakarta dengan *p-values* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai produk yang di tawarkan oleh bank BNI Syariah KC Yogyakarta maka semakin tinggi pula peluang nasabah memutuskan memilih menggunakan bank syariah.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran serta bahan pertimbangan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya :

1. Pada penelitian ini studi kasus yang digunakan hanya satu bank syariah saja, untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan objek penelitian yang lebih besar lagi.
2. Pada penelitian ini hanya ada variabel independen dan dependen, untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lainnya seperti variabel pemoderasi atau variabel pemediasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ghozali, Imam dan Hengki Latan. 2015. *PARTIAL LEAST SQUARE. Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Kasmir. 2015. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Noor, Juliansyah. 2014. *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *PERILAKU KONSUMEN. Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.

Jurnal

- Aisyah Muniaty, Umiyati, Riyan Apriansyah. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bni Syariah)*. Jurnal Liquidity Vol. 6, No. 2, Juli-Desember, Hlm. 119-132. Diakses Pada 15 Juni 2019. https://www.researchgate.net/publication/326489409_Pengaruh_Kualitas_Pelayanan_Terdahap_Keputusan_Nasabah_Dengan_Religious_Behaviour_Sebagai_Variabel_Moderator_Studi_Kasus_Pada_Produk_Tabungan_BNI_Syariah
- Arifin, Atwal dan Husnul Khotimah. 2014. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta*. Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS. 25 Juni, 165-184. Diakses pada 9 Juli 2019. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/4687>
- Junusi, Rahman El. 2012. *Implementasi Sharia Governance Serta Implikasinya Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah*. Jurnal *Al-Tahrir* , Vol.12, No.1 hal.91-115. Diakses pada 10 Desember 2018. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/tahrir/article/view/48>
- Rafidah. 2014. *Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah*. Jurnal Nalar Fiqh, Volume 10, Nomor 2. Diakses Pada 12 September 2019. <https://Www.Neliti.Com/Publications/220478/Kualitas-Pelayanan-Islami-Pada-Perbankan-Syariah>
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. Waluyo, Agus. 2016. *Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Fatwa Dewan syariah Nasional Pasca Transformasi Ke Dalam Hukum Positif*. Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 10, No. 2 hal. 517-538. Diakses pada 17 Desember 2018. <https://inferensi.iainsalatiga.ac.id/index.php/inferensi/article/view/728>

Sarwita, H. Ade. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung (Studi Kasus Pada Perumda BPR Majalengka)*. Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi, Vol 4, No 1. Diakses pada 10 September 2019. <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/mk/article/view/504>

Web

Otoritas Jasa Keuangan. 2018. Statistik Perbankan Syariah-Desember 2018. Diakses pada 14 Januari 2019. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2018.aspx>

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Mas Syarif, M.A.
NIK : 19741006201509 113 097

sebagai Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa:

Nama : Dei Pratiwi
NPM : 20150730177
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Naskah Ringkas : Pengaruh Sharia Compliance Kualitas
Layanan dan Produk Terhadap Keputusan
Masabah Memilih Bank Syariah
(Studi Kasus : Bank Bai Syariah KC Yogyakarta)

Hasil Tes Turnitin : 0 %

Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 06 November 2019

Menggelabui,
Kaprodi Program Studi
Dr. Mas Syarif, M.A.

Dosen Pembimbing Skripsi,



(Dr. Mas Syarif, M.A.)

*Wajib menyatakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi



PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Terakreditasi "A" (Perpustakaan Nasional RI No: 29/1/ee/XII.2014)

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa Naskah Publikasi atas:

Nama : Oki Pratiwi
NIM : 20150730177
Prodi : Ekonomi Syariah/TAI
Judul : **PENGARUH SHARIA COMPLIANCE, KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEIMILIH BANK SYARIAH (STUDI KASUS : BANK BNI SYARIAH KC YOGYAKARTA)**
Dosen Pembimbing : Dr. Masyaroh, M.A.

Telah dilakukan tes Turnitin filter 1%, dengan indeks similaritasnya sebesar 9%.
Semoga surat keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui
Ka. Ur. Pengelolaan

Luella Niswatin, S.I.Pust

Yogyakarta, 11/5/2019
yang melaksanakan pengecekan

Ikram Al-Zein, S.Kom.I