

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN *E-BANKING* PT. BANK BNI SYARI'AH
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Disusun Oleh:

HENI HUSNI MUASYAROH

09390142

PEMBIMBING:

- 1. Dr. H. SYAFIQ M. HANAFLI, S.Ag., M.Ag**
- 2. JOKO SETYONO, SE, M. Si**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2014

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel bauran pemasaran (produk, tarif, promosi, proses dan layanan) terhadap minat nasabah menggunakan *e-banking* PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta. Obyek dari penelitian ini adalah para nasabah PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer melalui kuesioner. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan metode regresi linear berganda menggunakan alat bantu SPSS 16,0 *for windows*.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dari lima variabel yaitu produk, tarif, promosi, proses dan layanan dari hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 19,575 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan dan ada pengaruh secara bersama-sama dari produk, tarif, promosi, proses dan layanan terhadap minat nasabah. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh *Adjusted R²* sebesar 0,484 yang berarti bahwa kontribusi produk, tarif, promosi, proses dan layanan secara simultan berpengaruh terhadap minat sebesar 48,4%. Secara parsial hanya variabel proses dan tarif yang berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *e-banking*. Sedangkan variabel produk, promosi dan layanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

Kata kunci: variabel bauran pemasaran (produk, tarif, promosi, proses, dan layanan), minat nasabah menggunakan *e-banking*.



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudari Heni Husni Muasyaroh
Lamp : -
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Heni Husni Muasyaroh
NIM : 09390142
Judul Skripsi : **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-Banking PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Dzulhijah 1435 H

8 Oktober 2014 M

Pembimbing I

Dr. H. Syarif M. Hanafi, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudari Heni Husni Muasyaroh
Lamp : -
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Heni Husni Muasyaroh
NIM : 09390142
Judul Skripsi : **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-Banking PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Dzulhijah 1435 H

8 Oktober 2014 M

Pembimbing II

Joko Setyono, SE, M.Si.

NIP. 19730702 200212 1 003

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN. 02/K.KUI-SKR/PP.009/136/2014

Skripsi/tugas akhir dengan judul :

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *E-Banking* PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta

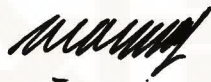
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Heni Husni Muasyaroh
NIM : 09390142
Telah dimunaqasyahkan pada: 13 Oktober 2014
Nilai : A/B

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.

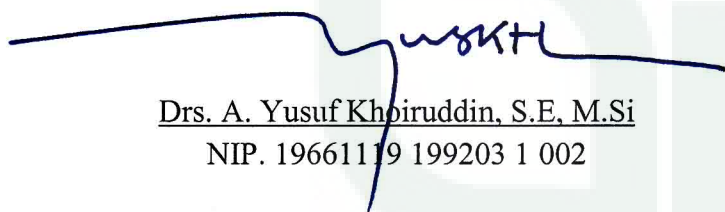
TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang



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

Penguji I



Drs. A. Yusuf Khoiruddin, S.E, M.Si
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji II



H. M. Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag
NIP. 19720913 200312 1 001

Yogyakarta, 13 Oktober 2014

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syari'ah dan Hukum



Prof. M. Moenir, MA, M. Phil., Ph.D
NIP. 19711207 199503 1 002

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Heni Husni Muasyaroh

NIM : 09390142

Fak. / Prodi : Syariah dan Hukum / Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *E-Banking* PT. Bank BNI Syari’ah Yogyakarta”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan digunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Dzulhijah 1435 H

8 Oktober 2014 M

Penyusun,



Heni Husni Muasyaroh

NIM. 09390142

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 10 September 1987 nomor: 158/1987 dan nomor : 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	Sa	ś	es (dengan titik atas)
ج	Jim	j	Je
ح	H	ḥ	Ha (dengan titik bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Zal	z	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas

غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	Ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	Waw	w	W
ه	ha'	h	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah ditulis Rangkap

متعقدة	ditulis	<i>Muta'qqidah</i>
عدة	ditulis	'iddah

C. Ta' Marbûtah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

2. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua ini terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	ditulis	<i>karâmah al-aulyâ'</i>
----------------	---------	--------------------------

3. Bila ta' marbûtah hidup maupun dengan harakat, fathah, kasrah , dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakâh al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

E. Vokal Panjang

Fathah + alif جاهلية	ditulis ditulis	â Jâhiliyyah
Fathah + ya' mati تنسى	ditulis ditulis	â Tansâ
Kasrah + yâ mati كريم	ditulis ditulis	î Kar î m
Dammah + wawu mati فروض	ditulis ditulis	û Furûd

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati بينكم	ditulis ditulis	ai bainakum
Fathah + wawu mati قول	ditulis ditulis	au qaul

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	A'antum
أعدت	ditulis	U'iddat
لئن شكرتم	ditulis	La'in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qomariyah*

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur'ân</i>
القياس	ditulis	<i>Al-Qiyâs</i>

2. Bila diikuti huruf *syamsiyah* ditulis menggandakan *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السماء	ditulis	<i>As-Samâ'</i>
الشمس	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	ditulis	<i>Żawi al-furûd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

MOTTO

... Sesungguhnya Allah Tidak Mengubah Keadaan Suatu Kaum Sebelum Mereka Mengubah Keadaan Diri Mereka Sendiri... (Q.S Ar-Ra'd: 11)

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

(Q.S Al-Insyirah (94):6)

Berusahalah jangan sampai terlengah walau sedetik saja, karena atas kelengahan kita tak akan bisa dikembalikan seperti semula.

Lakukan apa yang bisa dilakukan sekarang.

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk

keluargaku tercinta:

Bapak Ewo dan Ibu Komariah

Teh Teti dan Mas Anto

Teh Dedeh dan Mas Gie

Teh Dodoh dan Aa Feri

Ponakan-ponakanku:

Dini, Mita, Ifa, Zulfa

Bela, syifa

Elmi, Balqis

Almamaterku UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Keuangan Islam

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan segalanya sehingga penyusun dapat melewati semua likuan hidup sampai saat ini termasuk penyusunan karya ilmiah ini. Hanya karena kekuasaan-Nyalah sehingga penyusunan karya tulis ini dapat terselesaikan.

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *E-Banking* PT. Bank BNI Syari’ah Yogyakarta” ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat sarjana srata satu program studi Keuangan Islam pada Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Selama proses penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, banyak pihak yang memberikan masukan dan bantuan termasuk juga memberikan fasilitas sehingga penyusunan skripsi berjalan lancar di tengah keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Musa Asy’arie, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Noorhaidi, MA., M. Phil., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak H. M. Yazid Afandi S. Ag, M. Ag selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam.

4. Bapak M. Ghafur Wibowo, SE., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Akademik selama menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yoogyakarta.
5. Bapak Dr. H. Syafiq M. Hanafi, S.Ag., M.Ag selaku pembimbing I dan Bapak Joko Setyono, S.E., M. Si selaku pembimbing II, yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran dan bimbingan sehingga terselesaikan skripsi ini.
6. Seluruh staf pengajar dan karyawan fakultas Syariah dan Hukum khususnya Dosen prodi Keuangan Islam dan staf Tata Usaha atas segala jerih payah dalam melayani mahasiswa.
7. Seluruh Karyawan PT. Bank BNI Syari'ah (Mb Andin, Mb Uly, Mb Aprita) dan para nasabah yang telah membantu melancarkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Ewo dan Ibu Komariah yang senantiasa mendoakan dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak-kakakku tersayang Teh Teti, Mas Anto, Teh Dedeh, Mas Gie, Teh Dodoh, Aa Feri dan ponakan-ponakanku Dini, Mita, Ifa, Bela, Zulfa, Syifa, Elmi dan Balqis terima kasih atas doa dan kasih sayangnnya.
10. Teman-teman seperjuangan dalam aktivis dakwah di UIN: Hijri, Mb Uut, Izal, Rani, Anis, Fida, Wahyu, De Sari dan lainnya terima kasih atas persaudaraan yang terjalin semoga ukhuwah ini terjaga selamanya.
11. Saudaraku di Darul Ilmi (Ika, Santi) dan di Darul Qur'an Tazkia (Mb Ida, Nana, Mu'ti, Pika, Ismi, Tia, Aam, Desi, Afroh, Vivi, Widya, Qiqip,

Risma, Lulu, Umi, Fitri, Ami, Lely, Yana, Ika, Nur, Ipma, Lilis, dan Zetty, Upi) dan para ustad (Mas Zaki, Mas Andi, Mas Mahfud, Mas Eka dan Mas Akbar) serta para ustadzah (Ustadzah Naili dan Mb Amel) terima kasih atas doa dan motivasinya.

12. Saudaraku di lingkaran kecil Tarbiyah, PH Partai PAS UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, KAMMI, dan ForSEI.
13. Teman-teman KUI angkatan 2009 (Rapi, Neil, Aziz, Dian N.) dan AKUID serta adik-adik KUI 2010 (Intan, Desy, Zakia) yang memberi canda, tawa dan dorongan sepanjang menempuh pendidikan di prodi Keuangan Islam.
14. Seluruh sahabat dan semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, dukungan serta motivasinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Teriring pula sebuah rasa penyesalan atas tidak terpenuhinya harapan beberapa pihak yang mengharapkan penyusun dapat menyelesaikan studi tepat waktu. Kiranya skripsi ini dapat jadi penawar atas kekecewaan. Namun lebih dari itu, rasa syukur akan selalu terpanjatkan kehadirat-Nya atas beragam makna yang dihadirkan oleh-Nya selama ini sebagai upaya memperkaya jiwa dengan keikhlasan dan kerendahan hati. Kritik dan saran yang membangun sangat penyusun harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat.

Yogyakarta, 1 Dzulhijjah 1435 H

26 September 2014 M

Penyusun



Heni Husni Muasyaroh

09390142

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
MOTTO	xi
HALAMAN PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Pokok Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Telaah Pustaka.....	11
B. Kerangka Teoritik	13
1. Pemasaran	13

2. Konsep Pemasaran	14
3. Karakteristik Jasa.....	17
4. Bauran Pemasaran	18
5. Perilaku Konsumen	25
6. Minat	30
7. Perilaku Masyarakat Muslim	32
8. E-Banking.....	33
C. Hipotesis.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data	45
B. Populasi dan Sampel	45
C. Waktu dan Tempat Penelitian	46
D. Teknik pengumpulan data	46
E. Skala Pengukuran	46
F. Definisi Operasional Variabel	47
G. Instrumen Penelitian.....	47
H. Pengujian Instrumen Penelitian.....	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas.....	50
I. Teknik Analisis Data	50
1. Analisis Deskriptif.....	50
2. Analisis Kuantitatif	51
a. Analisis Regresi Berganda	51
b. Uji Asumsi Klasik	51
1) Uji Multikolinieritas	52
2) Uji Heteroskedastisitas	52
c. Uji F.....	53
d. Koefisien Determinasi.....	53
e. Uji t.....	54

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Kualitatif	55
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
2. Responden Berdasarkan Umur.....	56
3. Responden Berdasarkan Status Pernikahan	56
4. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
5. Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
6. Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
7. Responden Berdasarkan Nama Produk	58
B. Analisis Kuantitatif	59
1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	59
a. Uji Validitas	59
b. Uji Reliabilitas	61
2. Uji Asumsi Klasik	62
a. Uji Multikolinearitas	62
b. Uji Heteroskedastisitas.....	63
3. Analisis Regresi Berganda	65
4. Hasil Uji Regresi	65
a. Uji F.....	66
b. Koefisien Determinasi.....	66
c. Uji Statistik-t	67
5. Pembahasan.....	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran	85

Daftar Pustaka.....	86
----------------------------	-----------

Lampiran

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 perkembangan konsep pemasaran.....	16
Tabel 3.1 Kisi-kisi kuesioner	48
Tabel 3.2 Kisi-kisi pengembangan kuesioner	48
Tabel 4.1 Tabel Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4.2 Tabel Umur Responden	56
Tabel 4.3 Tabel Status Pernikahan Responden	56
Tabel 4.4 Tabel Pendidikan Terakhir Responden	57
Tabel 4.5 Tabel Pekerjaan Responden	57
Tabel 4.6 Tabel Pendapatan Responden	58
Tabel 4.7 Tabel Berdasarkan Nama Produk	58
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Multikolonieritas	63
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji ANOVA	65
Tabel 4.13 Tabel Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji Regresi Berganda	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Terjemah Ayat Al-Qur'an	I
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian.....	II
Lampiran 3: Deskripsi Lembaga	VIII
Lampiran 4: Tarif <i>E-Banking</i>	X
Lampiran 5: Data Responden.....	XVIII
Lampiran 6: Hasil Kuesioner	XXVI
Lampiran 7: Hasil <i>Compute</i> Variabel	XXX
Lampiran 8: Hasil Output SPSS.....	XXXIII
Lampiran 9: Curriculum Vitae	XXXIX

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman sekarang, perkembangan teknologi begitu pesat. Perkembangan teknologi membuat kebutuhan manusia terhadap informasi semakin kompleks. Hal ini terlihat dari mulai banyaknya perusahaan yang mengoptimalkan usahanya melalui teknologi informasi untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan di pasar global.

Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk melihat berbagai kesempatan yang ada dan mencari strategi untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Perusahaan harus mampu membaca peluang dan ancaman yang ada dan memiliki strategi serta perencanaan yang baik agar dapat bertahan di tengah persaingan.

Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Sistem informasi dan teknologi telah diterapkan di industri perbankan dan hasilnya sukses luar biasa. Salah satu hasil dari kemajuan sistem informasi di bidang perbankan adalah lahirnya *E-Banking*. Pada awalnya *E-Banking* atau *Elektronik Banking* hanya digunakan oleh para pebisnis, tetapi akhir-akhir ini banyak digunakan oleh nasabah bank pada umumnya. Hal tersebut menunjukkan betapa mudahnya penggunaan *E-Banking* sehingga banyak yang menggunakan.

Pola transaksi yang masyarakat ketahui adalah sistem pelayanan bank pada umumnya. Dimana pola transaksinya tidak jauh dengan penulisan data

terlebih dahulu, mengantri, tatap muka langsung, atau dengan kata lain transaksi secara langsung antara nasabah dengan teller bank yang membutuhkan waktu tidak sedikit. Sehingga layanan *e-banking* diberikan oleh bank dengan tujuan memberikan kemudahan kepada para nasabah. Salah satu alasan munculnya layanan *e-banking* adalah karena kesibukan serta kebutuhan manusia yang semakin meningkat, di mana diperlukan sesuatu yang lebih praktis dan tidak terlalu membuang waktu lama.

Kebanyakan dari pelanggan, terutama pada nasabah bank menginginkan suatu pelayanan yang bersifat *simple* dan praktis. Atau dengan kata lain, para nasabah dapat bertransaksi tanpa harus mencatat terlebih dahulu serta tanpa membuang banyak waktu untuk mengantri pada barisan. Pelayanan yang manual seperti itu dirasa kurang efisien karena kesibukan orang pada saat ini semakin meningkat. Sehingga dibutuhkan suatu sistem yang dapat memenuhi segala kebutuhan dengan efisien dan praktis. Oleh karena itu, diciptakan sebuah sistem yang akan membantu pelayanan dengan menggunakan telepon seluler dan internet. Nasabah bank tidak perlu lagi repot-repot untuk mengantri dan membuat catatan pada saat membutuhkan pelayanan.

Perpaduan antara teknologi telepon selular dengan teknologi internet belakangan ini semakin marak dibahas. Telepon selular, saat ini banyak digunakan untuk mendapatkan informasi serta berbagai layanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Maraknya pengguna teknologi canggih di sektor perbankan dipastikan akan mengubah pola transaksi. Bank yang tadinya lebih

banyak disibukkan oleh transaksi yang berkaitan dengan uang tunai, penarikan dan atau penyetoran uang akan menjadi lebih praktis dan cepat tanpa harus repot-repot untuk antri dan menulis setoran.

E-Banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi yang digunakan dalam domain komersial. *E-Banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Dengan adanya *E-Banking*, nasabah bisa mendapatkan layanan perbankan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal.

Internet banking tidak hanya bermanfaat bagi nasabah tetapi juga bermanfaat bagi pihak bank, *internet banking* telah memberikan keuntungan bagi bank untuk bertahan dalam persaingan dengan meningkatkan kustomisasi besar-besaran, kegiatan pemasaran dan komunikasi untuk memelihara serta menarik nasabah.¹

Keuntungan bagi sektor perbankan diantaranya adalah keuntungan dalam aspek peningkatan produktivitas profitabilitas, efisiensi, layanan yang lebih cepat, kepuasan pelanggan, kenyamanan, fleksibilitas, 24 jam per hari dan 7 hari seminggu operasi, serta penghematan ruang dan biaya.²

E-Banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah sebagai insentif kepada pelanggan. Promosi e-

¹ Esthi Dwityanti, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Layanan *Internet Banking* Mandiri," Tesis, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang, 2008, hlm. 13.

² Wadie Nasri, & Lanouar Charfeddine, "Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior," The Journal of High Technology Management Research, Vol. 23, No. 1, (Juni 2012). hlm. 1-14.

banking akan memberikan implikasi secara langsung pada adopsi yang dilakukan konsumen terhadap teknologi.

Elektronik Banking atau biasa disebut *e-banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Serta keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. *E-Banking* tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh suatu alat sebagai media untuk melakukannya. Media komunikasi yang dapat dipergunakan adalah telepon seluler atau ponsel.

Dengan fasilitas ini, setiap orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Hal ini membuat bank menyediakan fasilitas *sms banking*, *internet banking* dan *phone banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah. Dengan adanya berbagai kemudahan layanan perbankan diharapkan nasabah akan memperoleh kepuasan dalam menggunakan berbagai macam produk dan jasa yang diberikan oleh pihak bank.

Cara penggunaan fasilitas perbankan ini pun cukup mudah. Nasabah cukup menekan tombol telepon selular dengan fasilitas SMS. Semua transaksi seperti transfer dana antar rekening, informasi saldo terakhir, perincian transaksi terakhir, pembayaran tagihan bulanan, penempatan deposito berjangka, isi ulang pulsa ponsel, informasi kurs dan suku bunga, serta produk lainnya akan terlayani dengan praktis. Hal ini telah membawa masing-

masing individu untuk selalu berusaha mendapatkan berbagai macam kemudahan untuk mencukupi kebutuhannya.

Hampir sama dengan produk bank lainnya, *e-banking* juga perlu memperhatikan beberapa unsur pemasaran untuk memasarkan jasa tersebut. Beberapa unsur pemasaran yang akan digunakan adalah unsur-unsur bauran pemasaran jasa. Bauran pemasaran adalah alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses.³ Bauran pemasaran yang digunakan adalah produk, tarif, promosi, proses dan layanan. Sedangkan pemasaran (*marketing*) merupakan proses merencanakan dan melaksanakan konsep, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide (hasil pemikiran), barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang dapat memuaskan tujuan individu maupun organisasi.⁴

Dalam penelitian ini, produk yang dimaksud adalah *E-Banking* atau biasa disebut *elektronik banking*. *E-Banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses 24 jam oleh nasabah untuk melakukan berbagai transaksi, baik transaksi keuangan maupun transaksi non keuangan. Sehingga produk *e-banking* diharapkan mampu memenuhi kebutuhan maupun keinginan nasabah.

Sedangkan tarif yang dimaksud adalah tarif *e-banking*. Tarif *e-banking* berbeda-beda tergantung transaksi yang dilakukan atau sesuai

³ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 70.

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Erlangga: Jakarta, 2009), hlm. 5.

keperluan nasabah. Sehingga semakin murah tarif yang ditawarkan, maka nasabah cenderung berminat menggunakan *e-banking*. Dan begitu sebaliknya, semakin mahal tarif sebuah produk, maka nasabah cenderung tidak berminat menggunakan.

Adapun promosi yang dimaksud adalah promosi *e-banking* dimana PT. Bank BNI Syari'ah biasanya mempromosikan *e-banking* langsung kepada nasabah yang akan membuka rekening atau pada saat bertanya pada *customer service* mengenai produk maupun layanan yang ada di PT. Bank BNI Syari'ah.

Proses adalah semua prosedur, mekanisme rutin untuk mendapatkan pelayanan *e-banking* bagi nasabah. Semakin mudah proses mendapatkan suatu produk atau jasa, maka akan semakin banyak nasabah yang berminat menggunakan produk tersebut.

Layanan adalah sesuatu yang dirasakan langsung oleh konsumen. Sejauh mana suatu jasa dapat memuaskan keinginan konsumennya. Layanan *e-banking* dapat memudahkan berbagai transaksi perbankan, baik transaksi keuangan atau pun non keuangan. Dengan adanya layanan *e-banking*, maka diharapkan akan mampu menarik nasabah menggunakan jasa bank tersebut dengan menggunakan *e-banking*.

Aktivasi layanan *e-banking* dapat melalui bantuan *customer service* bank tersebut. Sehingga semakin baiknya layanan *e-banking*, maka nasabah pun akan berminat menggunakan fasilitas tersebut

Sebagai salah satu faktor penentu dalam pemasaran, teknologi memiliki peranan yang sangat penting dalam meraih pelanggan. Semakin mudah informasi mengenai suatu produk didapat akan semakin meningkatkan peluang untuk meraih pelanggan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan suatu produk.

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi memaksa industri perbankan untuk memformulasi ulang strategi teknologi informasi yang mereka terapkan untuk tetap bisa bersaing. Nasabah sekarang menginginkan sesuatu yang lebih dari sekedar layanan perbankan.

Hasil survei lembaga riset keuangan internasional mengungkapkan 35 persen dari seluruh kegiatan online yang dilakukan di setiap rumah di seluruh dunia akan beralih ke layanan *m-banking*. Diprediksi nilai transaksi *m-banking* akan naik dua kali lipat per tahun. Selanjutnya akan meningkat menjadi empat kali lipat setelah 2011.⁵

Salah satu bank yang memiliki fasilitas *e-banking* adalah PT. Bank BNI Syari'ah. PT. Bank BNI Syari'ah adalah bank yang mengkombinasikan antara idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani dalam operasinya. Slogan dari PT. Bank BNI Syari'ah adalah memberikan yang terbaik sesuai kaidah. Selain itu, setiap tahunnya mendapatkan banyak penghargaan.⁶ Antara lain Best Syariah 2014 Kategori Bank Syariah Aset Lebih Dari 10 T dalam

⁵ <http://www.marsindonesia.com/> diunduh pada tanggal 8 Mei 2013 pukul 16.52.

⁶ <http://www.bnisyariah.co.id/awards> diunduh pada tanggal 19 Mei 2014 pukul 16.27.

Majalah Investor, Delivering Positive Customer Experience-Excellent Service Experience Award 2013 dan lain-lainnya.

Bagi nasabah, keputusan untuk menggunakan jasa tentunya didasarkan pada berbagai pertimbangan. Sebuah premis dasar dalam teori perilaku nasabah adalah bahwa masyarakat cenderung untuk memilih barang atau jasa yang memberikan nilai paling tinggi.⁷

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti mencoba mencari faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan *E-Banking*. Oleh karena itu, judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *E-BANKING* PT. BANK BNI SYARI’AH YOGYAKARTA”**.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah: Apakah bauran pemasaran (produk, tarif, promosi, proses dan layanan) berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *E-Banking* PT. Bank BNI Syari’ah Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh bauran pemasaran (produk, tarif, promosi, proses dan layanan) terhadap minat nasabah untuk menggunakan *E-Banking* di PT. Bank BNI Syari’ah Yogyakarta.

⁷ Muhammad Ghofur Wibowo, “Teori Prilaku Konsumen dalam Perspektif Islam”, Jurnal Share, No. 1, Vol. 1, Th 1 (Oktober 2004), hlm. 25.

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pemikiran dalam meningkatkan strategi pemasaran di masa mendatang.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang dunia perbankan syariah, khususnya bagian pemasaran.

3. Bagi mahasiswa

Sebagai referensi penelitian tentang perbankan syariah di masa yang akan datang.

D. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini dibagi dalam 5 bab dimana setiap bab terdiri dari sub-sub sebagai perinciannya. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, Bab ini memuat penjelasan yang bersifat umum, yaitu pendahuluan, yang merupakan kerangka berfikir penulisan skripsi ini, berupa latar belakang masalah yang menjelaskan fenomena *E-Banking* di tengah-tengah masyarakat Indonesia dewasa ini. Selain latar belakang, terdapat pula pokok permasalahan dan tujuan dari penelitian ini sendiri, yaitu untuk menganalisis apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking*.

BAB II Landasan Teori, Bab ini akan diuraikan landasan teori yang terdiri dari telaah pustaka, kerangka teori, dan pengembangan hipotesis. Telaah

pustaka berisi tentang pembahasan-pembahasan *E-Banking* yang terdapat pada penelitian-penelitian sebelumnya. Kerangka teori berisi tentang teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian ini. Pengembangan hipotesis berbicara tentang hipotesis penyusun dalam penelitian ini yang dikembangkan berdasarkan teori yang relevan.

BAB III Metodologi Penelitian, Bab ini menguraikan tentang metode penelitian. Pada bab ini, dibahas segala sesuatu yang berkaitan dengan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, dari mulai jenis penelitian, populasi penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, hingga teknik analisis data.

BAB IV Analisis Data, Bab ini akan diuraikan serta dijelaskan beberapa hasil analisis yang dilakukan berupa data statistik sehingga mampu ditransformasikan dalam bentuk uraian informasi yang mudah dipahami.

BAB V Penutup, Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan tentang penelitian ini secara keseluruhan, keterbatasan-keterbatasan penulisan penelitian ini dan saran untuk penelitian selanjutnya di masa depan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel produk, tarif, promosi, proses dan layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* PT. Bank BNI Syari'ah. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, berikut kesimpulan dari hasil penelitian diperoleh:

1. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel produk terhadap minat nasabah diperoleh koefisien regresi sebesar 0,243. Hipotesis yang dibangun pada variabel ini adalah produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,119 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *E-Banking* PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta. Hal ini mungkin dapat dikarenakan banyaknya ragam varian produk *e-banking* yang ditawarkan pihak PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta kepada nasabah sehingga membuat nasabah tidak memahami akan kegunaan dan kelebihan-kelebihan produk *e-banking* yang ditawarkan. Selain itu beberapa nasabah PT. Bank BNI Syari'ah masih belum berminat menggunakan produk *e-banking*. Hal ini dikarenakan *e-banking* masih dianggap memiliki resiko tinggi.

2. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel tarif terhadap minat nasabah diperoleh koefisien regresi sebesar 0,394. Hipotesis yang dibangun pada variabel ini adalah tarif berpengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tarif berpengaruh signifikan, tetapi arahnya berlawanan sehingga H_a ditolak. Hal ini menunjukkan tarif berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *E-Banking* PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta, tetapi berlawanan dengan hipotesis. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi atau rendahnya tarif yang diberikan pihak PT. Bank BNI Syari'ah bisa membuat nasabah berminat menggunakan *e-banking*. Selain itu, nasabah percaya dengan tarif yang tinggi, maka nasabah akan mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan pengorbanan mereka. serta fitur dan layanan yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan nasabah.
3. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel promosi terhadap minat nasabah diperoleh koefisien regresi sebesar -0,028. Hipotesis yang dibangun pada variabel ini adalah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,797 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Banking* PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta. Hal ini dapat diartikan bahwa nasabah tidak terpengaruh dengan promosi dari PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta. Perlu diadakan iklan berupa brosur untuk menunjang promosi

dari PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta agar nasabah mengetahui tentang jenis layanan PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta sehingga nasabah tidak ragu untuk memilih layanan di PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta.

4. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel proses terhadap minat nasabah diperoleh koefisien regresi sebesar 0,367. Hipotesis yang dibangun pada variabel ini adalah proses berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel proses berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *E-Banking* PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta. Penggunaan layanan *online* dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna dan mudah dioperasikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, semakin mudah nasabah dalam mengoperasikan layanan *e-banking*, maka semakin banyak nasabah yang berminat untuk menggunakannya.
5. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel layanan terhadap minat nasabah diperoleh koefisien regresi sebesar 0,230. Hipotesis yang dibangun pada variabel ini adalah layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,055 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *E-Banking* PT. Bank BNI Syari'ah Yogyakarta. Variabel layanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *e-banking*. Hal ini berarti bahwa semakin baiknya kualitas layanan yang

diberikan pihak PT. Bank BNI Syari'ah belum tentu bisa membuat nasabah berminat menggunakan *e-banking*. Kondisi ini mungkin saja disebabkan karena nasabah perbankan sudah sangat kritis terhadap masalah-masalah layanan perbankan. Sehingga nasabah memiliki banyak pertimbangan sebelum memutuskan menggunakan layanan *e-banking*.

B. Saran

Dengan mendasarkan pada hasil dan pemaparan yang telah diuraikan, maka saran yang mampu kami ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah atau mengganti variabel-variabel independen lainnya seperti variabel kepercayaan, keamanan dan variabel lain yang dapat meningkatkan minat nasabah menggunakan *e-banking*.
2. Bagi bank semoga bisa lebih meningkatkan pelayanan bagi nasabah.

Nasabah merupakan salah satu bagian dari atau asset berlangsungnya proses usaha. Oleh karena itu, PT. Bank BNI Syari'ah harus lebih memperhatikan dan memelihara nasabah dengan mempertahankan kepercayaan nasabah yang diberikan pada bank. *E-banking* merupakan layanan 24 jam yang akan sangat membantu nasabah dalam kegiatan perbankan semoga bisa disosialisasikan lebih luas lagi pada nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an/ Tafsir Al-Qur'an

Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya 30 Juz*, Bandung: CV. Penerbit diponegoro, 2008.

Buku

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996.

Dharmmesta, Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2013

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, edisi ke-5. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. 2011.

Gitosudarmo, Indriyo *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2000.

Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFE, 2001.

Hadi, Syamsul *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Untuk Akuntansi dan Keuangan*, Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2006.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, "*Metodologi Penelitian Bisnis: untuk Akuntansi dan Manajemen Keuangan*", Edisi pertama, Yogyakarta: BPFE, 2009.

Kamus Ekonomi Lengkap, Christoper Pass dan Bryan Lowes, alih bahasa Tumpal Rumapea dan Posman Haloho, edisi ke-2. Jakarta: Erlangga, 1994.

Kashmir, "Pemasaran Bank", Jakarta:Prenada Media, 2004.

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, alih bahasa Alexander Sindoro, jilid 1, edisi ke-8, Jakarta: Erlangga, 2001.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, alih bahasa Bob Sabran, Jakarta: Erlangga, 2009.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, 2009.

Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

- Muhamad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2011.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John. J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Ririn dan Mastuti, *Teori dan kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Saladin, Djaslim, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran, Ringkasan Praktis Dan Disertai Tanya Jawab*, Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Parametrik*. Jakarta: Gramedia, 2001.
- Shaleh, Abdul Rahman, *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Stanton, William J., *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa Y. Lamarto, Jakarta: Erlangga, 1984.
- Sugiyono, *"Metode Penelitian Bisnis"*, Bandung: Alfabeta, 2003.
- Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen di Era Internet* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa*, Jatim: Bayumedia Publishing, 2011.
- Yazid, *"Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi"*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.

Skripsi, Tesis, Disertasi dan Jurnal

- Dwityanti, Esthi, "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap layanan internet banking mandiri studi kasus pada karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta". *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro. 2008.
- An'anah, Siti Fitriyah, "Pengaruh *Marketing Mix* terhadap preferensi nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Yogyakarta", *Skripsi*, tidak dipublikasikan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2007).
- Asnawi, Muh "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Produk Pembiayaan BMT Bina Sejahtera Lendah Kulonprogo", *Skripsi*, Tidak dipublikasikan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006.

- Fortuna, Sakharosa Citra Dewi, "Pengaruh Faktor Individu, Organisasi, Dan Sistem Terhadap Penerimaan *E-Banking*", *Jurnal*, Universitas Brawijaya, 2012.
- Hanafi, Imam "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta", *Skripsi*, Tidak dipublikasikan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007.
- Kusuma, Hadri dan Susilowati, "Determinan Pengadopsian *Internet Banking* Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal*, JAAI, Vol. 11, No. 2, Desember 2007.
- Latif Fullah dan Sevenpri Candra, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta)," *Jurnal*, Universitas Bina Nusantara, Jakarta, 2012.
- Mahmudah, Siti Khomsah "Pengaruh Harga, Merek, Dan Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Shar-E (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta)", *Skripsi*, Tidak Dipublikasikan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006.
- Nasri, Wadie & Lanouar Charfeddine, "Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior," *The Journal of High Technology Management Research*, Vol. 23, No. 1, Juni 2012.
- Nur, Ahlan, "Respon muzaki terhadap penerapan layanan elektronik banking pada lembaga zakat Dompot Peduli Ummat Daruttauhid (DPU-DT) Yogyakarta." *Tesis*. Tidak Dipublikasikan. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yogyakarta. 2012.
- Rahmawaty, Anita. "Model perilaku penerimaan teknologi informasi nasabah perbankan syari'ah: peran motivasi spiritual", *Disertasi*, tidak dipublikasikan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta. 2011.
- S, Maharsi dan M, Yuliani, "*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 9, No. 1, Mei 2007.
- Sartika Sari Ayu Tjini dan Zaki Baridwan, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking* Universitas Brawijaya", *Jurnal*, 2013.

Ustantina, Yunita Miftakhul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Di Bank Syariah (Study Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)”, *skripsi*, tidak dipublikasikan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012.

Wibowo, Muhammad Ghofur. “Teori Prilaku Konsumen dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Share*, No. 1, Vol. 1, Th 1, Oktober 2004.

Lain-lain

<http://fspmipbtbi.org/daftar-umr-ump-umk-tahun-2013> diunduh pada tanggal 25 November 2013 pada pukul 09.45.

<http://www.bnisyariah.co.id/> diunduh pada tanggal 6 Januari 2014 pukul 12.43.

<http://www.bnisyariah.co.id/awards> diunduh pada tanggal 19 Mei 2014 pukul 16.27.

<http://www.marsindonesia.com/> diunduh pada tanggal 8 Mei 2013 pukul 16.52.

TERJEMAHAN AL-QUR'AN

No.	Surat	Ayat	Hal	TERJEMAHAN
1.	Al-Insyirah	5-6	22	“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”.
2.	Al-Baqarah	168	32	Wahai manusia makanlah! dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh nyata bagikmu.

Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Penelitian Skripsi dengan Judul

“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGUNAKAN E-BANKING BNI SYARI’AH YOGYAKARTA”

Nama : Heni Husni Muasyaroh
NIM : 09390142
Program Studi : Keuangan Islam
Fakultas : Syari’ah dan Hukum
Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Nasabah PT. Bank BNI Syari’ah

Di Tempat

Assalamu’alaikum wr.wb

Berkenaan dengan pelaksanaan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN E-BANKING PT. BANK BNI SYARI’AH YOGYAKARTA”**, maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner yang saya ajukan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu’alaikum wr.wb

Hormat saya,

Heni Husni Muasyaroh

KUESIONER
PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN *E-BANKING* PT. BANK BNI SYARI'AH
YOGYAKARTA

PETUNJUK PENGISIAN :

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

A. BIODATA RESPONDEN

1. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Nasabah Produk :
 - a. Tabungan
 - b. Giro
 - c. Deposito
 - d. Pembiayaan
3. Umur :
 - a. 18 tahun
 - b. 18-27 tahun
 - c. 28- 35 tahun
 - d. 36-50 tahun
 - e. > 50 tahun
4. Agama :
 - a. Islam
 - b. Non Islam
5. Pendidikan terakhir:
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma
 - e. Sarjana
6. Status :
 - a. Menikah
 - b. Belum Menikah
7. Pekerjaan :
 - a. Praktisi bisnis (Wiraswasta, Pegawai swasta, banker)
 - b. Akademisi (Guru PNS/Swasta, Dosen, Mahasiswa)
 - c. PNS (Pemda, PTUN/PTAIN, BI, Depag, dll)

- d. Profesi Khusus (dokter, pengacara, notaris, akuntan)
 - e. TNI, POLRI
 - f. Lainnya:
8. Pendapatan /bulan : a. < Rp. 1.500.000
- b. Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.000
 - c. Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000
 - d. Rp. 5.000.000 – Rp. 7.000.000
 - e. > Rp. 7.000.000
9. Provider yang digunakan:
- a. Telkomsel
 - b. Indosat
 - c. XL
 - d. Lainnya:
10. Saya mengenal *E-Banking* BNI Syari'ah melalui:
- a. Media elektronik
 - b. Media cetak
 - c. Teman atau tetangga
 - d. Saudara atau keluarga
 - e. Pegawai bank
 - f. Lainnya, sebutkan.....

PETUNJUK PENGISIAN

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

Keterangan:

SS : Sangat Setuju **N** : Netral **TS** : Tidak Setuju
S : Setuju **STS** : Sangat Tidak Setuju

Variabel Produk (x1)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1.	<i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.					

2	Menggunakan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) tidak memiliki risiko yang tinggi terutama yang berhubungan dengan keamanan data pribadi nasabah.					
3	<i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan.					
4	<i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) adalah aplikasi untuk mengakses rekening tabungan kapan saja tanpa batas waktu.					
5	Aplikasi ini memudahkan melakukan transfer dana, pembelian pulsa, dan pembayaran tagihan.					

Variabel Tarif (x2)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Tidak adanya biaya registrasi membuat saya tertarik menggunakan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking).					
2	Kartu provider saya mendukung untuk menggunakan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking).					
3	Tarif <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) sesuai dengan kemampuan nasabah.					
4	Saya menggunakan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) karena biaya administrasi yang murah.					
5	Saya menggunakan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) karena biaya yang ringan.					

Variabel Promosi (x3)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengenal <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) melalui bank.					
2	Interaksi pihak bank dengan nasabah dilakukan melalui <i>word of mouth</i> .					
3	Pihak bank dapat memberikan informasi tentang <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) secara jelas dan terperinci.					
4	Informasi <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) terdapat di website resmi bank.					
5	Saya mengenal <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) melalui acara atau even yang diikuti BNI Syari'ah.					

Variabel Proses (x4)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1.	<i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) itu mudah dipelajari.					
2	<i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) itu mudah digunakan.					
3	Penggunaan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) itu mudah dipahami.					
4	Transaksi dengan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) dapat dilakukan dengan cepat.					
5	Transaksi transfer dana melalui <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) dapat di percaya.					

Variabel Layanan (x5)

1.	Pihak Bank/ <i>Costumer service</i> memberikan informasi yang cukup jelas.					
2	Bank cepat dalam proses pelayanan					
3	Pihak Bank antusias dalam menanggapi setiap keluhan nasabah					
4	Bank memberikan pertanggung jawaban atas kesalahan yang dilakukan pihak bank.					
5	Bank menangani masalah saya dengan baik.					

Minat menggunakan *E-Banking*

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tetap berkeinginan untuk menggunakan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) di masa mendatang					
2	Saya akan tetap menggunakan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) secara intensif					
3	Saya akan mengajak kepada teman yang lain untuk menggunakan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking)					
4	Saya akan merekomendasikan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) kepada orang lain					
5	Saya akan menggunakan <i>E-Banking</i> (Sms Banking/ Internet Banking/ Phone Banking) karena merupakan suatu kebutuhan					

Deskripsi Lembaga

A. Sejarah PT. Bank BNI Syariah¹

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan

¹<http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah> diunduh pada tanggal 3 Mei 2014 pukul 15.48.

Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Bertarif Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

September 2013 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 64 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 16 Payment Point.

1. Visi dan Misi²

- a. Visi BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”
- b. Misi BNI Syariah
 - 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
 - 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
 - 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
 - 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
 - 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

²<http://www.bnisyariah.co.id/visi-dan-misi> diunduh pada tanggal 3 Mei 2014 pukul 15.48.

TARIF LAYANAN E-BANKING PT. BANK BNI SYARIAH¹

TARIF SMS BANKING

No.	Fitur	Biaya Beban Nasabah
1	Ganti PIN BNI Card	Free
2	Ganti PIN BNI Credit Card	Free
3	Inquiry BNI Credit Card	Free
4	Informasi Saldo BNI Card	Free
5	Penarikan Tunai BNI Card	Free
6	Informasi Saldo Cirrus	Rp 3.500
7	Penarikan Tunai Cirrus	Rp 25.000
8	Informasi Saldo Plus	Rp 3,500
9	Penarikan Tunai Plus	Rp 25,000
10	Informasi Saldo Link	Rp 2,000
11	Penarikan Tunai Link	Rp 3,900
12	Informasi Saldo ATM Bersama	Rp 3,000
13	Penarikan Tunai ATM Bersama	Rp 5,000
14	Cash Advance Kartu Kredit BNI (Master/Visa)	Rp 10.000 / 4%
15	Cash Advance Kartu Kredit jaringan MasterCard Issuer	Fee
16	Cash Advance Kartu Kredit jaringan Visa Issuer	Fee

¹<http://www.bnisyariah.co.id/tarif-layanan> diunduh pada tanggal 3 Mei 2014 pukul 15.48.

17	Transfer Antar Rekening BNI	Rp 0,-
18	Transfer Antar Bank Anggota ATM Bersama / ATM Link	Rp 5.000
19	Pembayaran Tagihan Telepon TELKOM	Rp 2.500
20	Pembayaran Tagihan Telkom Speedy	Rp 2.500
21	Pembayaran Tagihan Telkom Flexi	Rp 2.500
22	Pembayaran Tagihan Telkomsel Kartu Halo	Free
23	Pembayaran Tagihan Indosat Matrix	Free
24	Pembayaran Tagihan Xplor	Free
25	Pembayaran Tagihan Esia Postpaid	Free
26	Pembayaran Tagihan Fren Postpaid	Free
27	Pembayaran Tagihan 3 Postpaid	Free
28	Pembayaran Tagihan Indosat StarOne Postpaid	Free
29	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit BNI	Free
30	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit Citibank	Free
31	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit Standard Chartered	Free
32	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit GE Finance	Free
33	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit ANZ Panin	Free
34	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit HSBC	Free
35	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit Niaga	Free
36	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit Permata	Free
37	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit Danamon	Free

38	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit ABN Amro	Free
39	Pembayaran Tagihan Kartu Kredit Bukopin	Free
40	Pembayaran Tagihan Citibank Ready Cash / Personal Loan	Free
41	Pembayaran Tagihan Standard Chartered Kredit Tanpa Agunan	Free
42	Pembayaran Tagihan HSBC Kredit Tanpa Agunan KU	Free
43	Pembayaran Tagihan Personal Loan ABN Amro	Free
44	Pembayaran Tagihan Air Minum Thames Pam Jaya	Free
45	Pembayaran Tiket Pesawat Garuda	Free
46	Pembayaran Tiket Pesawat Adam Air	Free
47	Pembayaran Tiket Pesawat Lion	Free
48	Pembayaran Tiket Pesawat Mandala	Free
49	Pembayaran Biaya Pendidikan Universitas Indonesia	Free
50	Pembayaran Q-Pay (Travel Agent)	Free
51	RegistrasiAktivasi E-Channel	Free
52	Pembayaran Tagihan Telkom Vision	Rp 2.500
53	Pembayaran Tagihan Indovision	Free
54	Pembayaran Tagihan Astro	Free
55	Pembayaran Tagihan First Media	Free
56	Pembayaran Tagihan Listrik PLN Kaltim	Rp 3.000

57	Pembayaran Tagihan Listrik PLN Jabar dan Banten	Rp 3.000
58	Pembayaran Tagihan Listrik PLN Sumatera Barat	Rp 3.000
59	Pembayaran ZIS dan Kurban	Free
60	Pembelian Pulsa Isi Ulang Telkomsel Simpati	Free
61	Pembelian Pulsa Isi Ulang Indosat Mentari	Free
62	Pembelian Pulsa Isi Ulang Indosat IM3	Free
63	Pembelian Pulsa Isi Ulang Indosat StarOne Prepaid	Free
64	Pembelian Pulsa Isi Ulang XL Jempol	Free
65	Pembelian Pulsa Isi Ulang XL Bebas Regular	Free
66	Pembelian Pulsa Isi Ulang XL Bebas X-tra	Free
67	Pembelian Pulsa Isi ulang Telkomsel Kartu AS	Free
68	Pembelian Pulsa Isi ulang Fren	Free
69	Pembelian Pulsa Isi ulang Flexi Trendy	Free
70	Pembelian Pulsa Isi ulang Esia	Free
71	Pembelian Pulsa Isi ulang 3	Free
72	Isi Ulang Kartu Debit (IWAPI, Debitplus)	Free

TARIF SMS BANKING

Jenis Transaksi	Biaya Transaksi BNI
Inquiry Saldo	Bebas
Last Historical Transaction	Bebas
Transfer Antar Rekening BNI	Bebas
Inquiry Tagihan Kartu Kredit BNI	Bebas
Inquiry Tagihan TELKOM (Telepon, Flexi Postpaid dan Speedy)	Bebas
Inquiry Tagihan Kartu Halo	Bebas
Pembayaran Kartu Kredit BNI	Bebas
Pembayaran TELKOM (Telepon, Flexi Postpaid dan Speedy)	Rp 2.500,-
Pembayaran Kartu Kredit (ABN Amro, ANZ, GE Finance, Bank Danamon, Bank Permata, Standard Chartered, Bank Niaga, HSBC)	Bebas
Pembayaran Kartu Halo	Bebas
Isi Ulang Pulsa Simpati	Bebas
Isi Ulang Pulsa AS	Bebas
Isi Ulang Pulsa Mentari	Bebas
Isi Ulang Pulsa IM3 Smart	Bebas
Isi Ulang ESIA	Bebas
Isi Ulang Flexi Trendy	Bebas
Isi Ulang FREN	Bebas
Isi Ulang 3 (Three)	Bebas

Isi Ulang Pulsa Star One	Bebas
Isi Ulang Pulsa bebas (Regular dan X-tra)	Bebas
Isi Ulang Pulsa jempol	Bebas
Ganti PIN SMS Banking	Bebas
Fasilitas Bantuan	Bebas

Keterangan:

1. Limit Transaksi Maksimum Rp 10 Juta / hari.
2. Biaya SMS akan mengurangi pulsa bagi pelanggan kartu prabayar atau dibebankan ke tagihan bulanan bagi pelanggan kartu pasca bayar.
3. Fee transaksi akan dibebankan ke rekening asal (account base) User BNI SMS Banking.

TARIF BNI *INTERNET BANKING*

No.	Jenis Transaksi	Biaya beban Nasabah
1	Transfer Antar Rekening BNI	Bebas Biaya
2	Transfer ke Bank Lain – Kliring	Rp 5.000
3	Transfer ke Bank Lain – RTGS	Rp 17.500
4	Pembayaran Tagihan	Bebas Biaya
5	Pembayaran Tagihan PLN	Rp 3.000
6	Pembayaran Tagihan Telkom, Flexi Postpaid, Speedy	Rp 2.500
7	Pembelian <i>Voucher</i> Prabayar	Bebas Biaya
8	Administrasi Penggunaan BNI <i>e-Secure</i> (dibebankan hanya 1 kali diawal)	Rp 10.000

TARIF *PHONE BANKING*

No.	Jenis Transaksi	Biaya (Rp)
1	Informasi Saldo dan Mutasi Rekening (CSO, IVR & BNI Mobile)	Bebas
2	Pemindahbukuan melalui IVR & BNI Mobile	2.000
3	Pemindah bukuan melalui CSR < Rp 10 jt	3.000
4	Pemindah bukuan melalui CSR > Rp 10 jt	5.000
5	Pemindah bukuan melalui CSR > Rp 10 jt	7.500
6	Kliring Biasa melalui CSR > Rp 10 jt s/d < Rp 100 jt	10.000

7	Kliring RTGS melalui CSR < Rp 500 jt	30.000
8	Kliring RTGS CSR = Rp 500 juta	40.000
9	Billpayment Credit Card Bank Lain <>	7.500
10	Billpayment CC Bank Lain > Rp 10 jt s/d < Rp 100 jt	10.000
11	Billpayment CC Citibank (incl. R.Cash), HSBC, SCB, ANZ dan GE	Bebas
12	Billpayment Credit Card BNI (Visa / Master)	3.000
13	Billpayment Credit Card BNI (Visa / Master) via Otodebet	Bebas
14	Billpayment di Bank BNI (Telepon dan Ponsel)	3.000
15	Billpayment tagihan di Bank Lain < Rp 10 jt	7.500
16	Billpayment tagihan di Bank Lain > Rp 10 jt s/d < Rp 100 juta	10.000
17	Pembelian voucher reload Mentari, Simpati, IM3 Smart	Bebas
18	Pembayaran Tiket Garuda	Bebas
19	Pembayaran BNI Q-Pay	Bebas
20	Permintaan Rekening Koran	4.000
21	Bukti Transaksi via Fax	3.000

DATA RESPONDEN

No	Jenis kelamin	Nasabah Produk	Umur	Agama	Pendidikan terakhir	Status Pernikahan	Pekerjaan	Pendapatan per bulan
1	Perempuan	Tabungan	28-35	Islam	Sarjana	Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.999
2	Laki-laki	Tabungan	36-50	Islam	Sarjana	Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.999
3	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
4	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
5	Laki-laki	Tabungan	36-50	Islam	SMA	Menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
6	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
7	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
8	Perempuan	Tabungan	36-50	Islam	Sarjana	Menikah	Ibu Rumah Tangga	<Rp. 1.500.000
9	Laki-laki	Tabungan	36-50	Islam	Sarjana	Menikah	PNS	>Rp. 7.000.000
10	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
11	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Praktisi bisnis	RP. 1.500.000- Rp. 2.999.000

DATA RESPONDEN

12	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
13	Perempuan	Deposito	36-50	Islam	Sarjana	Menikah	PNS	Rp. 3.000.000- Rp. 4.999.999
14	Perempuan	Tabungan	36-50	Islam	Sarjana	Menikah	Akademisi	Rp. 3.000.000- Rp. 4.999.999
15	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
16	Laki-laki	Tabungan	28-35	Islam	SMA	Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 3.000.000- Rp. 4.999.999
17	Laki-laki	Tabungan	18	Islam	SMA	Belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
18	Perempuan	Deposito	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
19	Perempuan	Tabungan	28-35	Islam	Sarjana	Menikah	Akademisi	Rp. 3.000.000- Rp. 4.999.999
20	Perempuan	Pembiayaan	28-35	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Akademisi	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.999
21	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
22	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
23	Perempuan	Giro	28-35	Islam	SMA	Menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000

DATA RESPONDEN

24	Laki-laki	Tabungan	36-50	Islam	Diploma	Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 5.000.000 – Rp. 7.000.000
25	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
26	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
27	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Akademisi	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.999
28	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
29	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
30	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
31	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.999
32	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Tenaga teknis	<Rp. 1.500.000
33	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
34	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
35	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000

DATA RESPONDEN

36	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.999
37	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.999
38	Laki-laki	Tabungan	18-27	Non Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
39	Laki-laki	Tabungan	18-27	Non Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
40	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
41	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
42	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
43	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Diploma	Belum Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.999
44	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 1.500.000
45	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 3.000.000- Rp. 4.999.999
46	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.999
47	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Praktisi bisnis	Rp. 1.500.000
48	Perempuan	Tabungan	18	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000

DATA RESPONDEN

49	Perempuan	Tabungan	18	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
50	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
51	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Sarjana	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
52	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	Belum Menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
53	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	belum menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
54	Perempuan	Tabungan	28-35	Islam	Diploma	menikah	Ibu Rumah Tangga	RP. 1.500.000- Rp. 2.999.000
55	Laki-laki	Tabungan	28-35	Islam	Diploma	menikah	Praktisi bisnis	RP. 1.500.000- Rp. 2.999.000
56	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
57	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
58	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
59	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
60	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	menikah	Praktisi bisnis	Rp. 3.000.000- Rp. 4.999.999
61	Perempuan	Tabungan	28-35	Islam	sarjana	menikah	Ibu Rumah Tangga	RP. 1.500.000- Rp. 2.999.000
62	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000

DATA RESPONDEN

63	Laki-laki	Tabungan	>50	Islam	Diploma	menikah	Praktisi bisnis	Rp. 5.000.000 – Rp. 7.000.000
64	Perempuan	Tabungan	28-35	Islam	sarjana	belum menikah	Akademisi	RP. 1.500.000- Rp. 2.999.000
65	Perempuan	Tabungan	28-35	Islam	sarjana	menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
66	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
67	Laki-laki	Tabungan	28-35	Islam	sarjana	belum menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
68	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
69	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
70	Laki-laki	Tabungan	36-50	Islam	SMA	menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
71	Laki-laki	Tabungan	28-35	Islam	smp	menikah	OB	<Rp. 1.500.000
72	Laki-laki	Deposito	18	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
73	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
74	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
75	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
76	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	belum menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000

DATA RESPONDEN

77	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Praktisi bisnis	RP. 1.500.000-Rp. 2.999.000
78	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	belum menikah	Praktisi bisnis	Rp. 3.000.000-Rp. 4.999.999
79	Perempuan	Tabungan	36-50	Islam	Diploma	menikah	Praktisi bisnis	Rp. 5.000.000 – Rp. 7.000.000
80	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	RP. 1.500.000-Rp. 2.999.000
81	Laki-laki	Tabungan	36-50	Islam	Diploma	menikah	Praktisi bisnis	>Rp. 7.000.000
82	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	belum menikah	profesi khusus	RP. 1.500.000-Rp. 2.999.000
83	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	menikah	Praktisi bisnis	RP. 1.500.000-Rp. 2.999.000
84	Perempuan	Tabungan	36-50	Islam	sarjana	menikah	PNS	Rp. 3.000.000-Rp. 4.999.999
85	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
86	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	sarjana	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
87	Laki-laki	Tabungan	28-35	Islam	SMA	menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
88	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	RP. 1.500.000-Rp. 2.999.000
89	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Diploma	belum menikah	Praktisi bisnis	RP. 1.500.000-Rp. 2.999.000

DATA RESPONDEN

90	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
91	Laki-laki	Tabungan	36-50	Islam	sarjana	menikah	Akademisi	Rp. 3.000.000- Rp. 4.999.999
92	Laki-laki	Tabungan	28-35	Islam	sarjana	menikah	Praktisi bisnis	RP. 1.500.000- Rp. 2.999.000
93	Perempuan	Tabungan	36-50	Islam	Diploma	menikah	PNS	RP. 1.500.000- Rp. 2.999.000
94	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
95	Laki-laki	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Praktisi bisnis	<Rp. 1.500.000
96	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	Diploma	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000
97	Perempuan	Tabungan	28-35	Islam	sarjana	belum menikah	Akademisi	RP. 1.500.000- Rp. 2.999.000
98	Laki-laki	Tabungan	36-50	Islam	sarjana	menikah	konsultan	RP. 1.500.000- Rp. 2.999.000
99	Laki-laki	Tabungan	28-35	Islam	sarjana	menikah	PNS	Rp. 3.000.000- Rp. 4.999.999
100	Perempuan	Tabungan	18-27	Islam	SMA	belum menikah	Akademisi	<Rp. 1.500.000

Hasil Kuesioner

Data Penelitian

No	Nasabah produk	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
1	Tabungan	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	Tabungan	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
3	Tabungan	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	Tabungan	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	Tabungan	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	Tabungan	4	4	5	5	5	4	2	2	4	4	5	2	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	2	5	4	4	2	4
7	Tabungan	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
8	Tabungan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
9	Tabungan	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	Tabungan	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
11	Tabungan	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4
12	Tabungan	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2	2	4	4	2
13	Deposito	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	Tabungan	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	Tabungan	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4
16	Tabungan	5	4	5	5	5	4	4	2	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5
17	Tabungan	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
18	Deposito	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	5	5	5	5	2	4	5	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
19	Tabungan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	Pembiayaan	4	4	5	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2
21	Tabungan	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	2	4	2
22	Tabungan	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4
23	Giro	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	Tabungan	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4
25	Tabungan	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4
26	Tabungan	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	Tabungan	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5

Hasil Kuesioner

28	Tabungan	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	2	2	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
29	Tabungan	4	4	5	4	5	2	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
30	Tabungan	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	
31	Tabungan	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
32	Tabungan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
33	Tabungan	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	5	4	4	4	2	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
34	Tabungan	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	2	
35	Tabungan	4	4	5	5	5	5	1	4	2	2	2	4	4	5	1	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	2	2	4	
36	Tabungan	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	2	2	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	5	
37	Tabungan	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	1	4	5	4	5	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	2	
38	Tabungan	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
39	Tabungan	4	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
40	Tabungan	4	5	5	5	4	5	4	5	2	4	1	5	2	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	2	5	4	
41	Tabungan	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	2	4	
42	Tabungan	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	
43	Tabungan	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	
44	Tabungan	4	2	4	5	5	4	4	5	5	5	1	1	1	4	1	4	4	4	5	2	1	2	2	2	4	5	5	5	4	5	
45	Tabungan	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	
46	Tabungan	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
47	Tabungan	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4
48	Tabungan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
49	Tabungan	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
50	Tabungan	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
51	Tabungan	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	
52	Tabungan	5	5	5	5	5	5	4	4	2	2	4	4	2	5	2	4	4	4	5	4	2	2	4	4	5	5	2	2	4	5	
53	Tabungan	4	2	5	4	5	2	4	4	2	2	5	5	5	4	2	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	
54	Tabungan	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	2	
55	Tabungan	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
56	Tabungan	4	5	4	4	4	4	2	2	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	
57	Tabungan	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
58	Tabungan	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	

Hasil Kuesioner

59	Tabungan	5	4	5	5	5	4	2	4	5	5	2	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
60	Tabungan	4	4	4	4	4	5	4	4	1	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
61	Tabungan	5	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4
62	Tabungan	4	5	5	5	5	5	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	Tabungan	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	4	4	5	1	5	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	1	1	2	2	2	2
64	Tabungan	2	5	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
65	Tabungan	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	Tabungan	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
67	Tabungan	5	4	5	4	4	2	4	2	2	2	4	4	2	4	1	4	4	4	2	4	2	2	4	2	2	4	5	2	4	5	5
68	Tabungan	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
69	Tabungan	5	5	5	5	5	5	2	1	1	1	2	2	5	4	1	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
70	Tabungan	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	Tabungan	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
72	Deposito	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
73	Tabungan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
74	Tabungan	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
75	Tabungan	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
76	Tabungan	4	2	5	5	5	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
77	Tabungan	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	Tabungan	4	4	4	4	5	4	2	2	4	4	5	4	2	4	1	2	4	2	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
79	Tabungan	5	1	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	2	5	5
80	Tabungan	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
81	Tabungan	5	2	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	5	5	2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
82	Tabungan	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	Tabungan	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	1	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	2	2	2	4
84	Tabungan	5	2	5	5	5	4	1	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5
85	Tabungan	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
86	Tabungan	4	4	4	5	5	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	Tabungan	5	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	Tabungan	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
89	Tabungan	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4

Hasil Kuesioner

90	Tabungan	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	2
91	Tabungan	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	Tabungan	4	2	5	4	4	4	4	2	4	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2
93	Tabungan	4	4	5	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	4
94	Tabungan	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
95	Tabungan	4	2	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	Tabungan	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
97	Tabungan	4	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
98	Tabungan	5	4	4	5	5	1	4	5	4	4	1	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	5	5	2	2	4
99	Tabungan	5	5	5	5	5	4	4	4	2	2	2	4	4	5	1	5	5	5	5	5	4	4	2	2	4	5	4	4	4	5
100	Tabungan	4	5	5	4	4	5	2	2	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2

Compute Variabel

No	Produk	Tarif	Promosi	Proses	Layanan	Minat
1	4,5	3,6	4,25	4,0	4,0	4,0
2	5,0	4,6	5,0	5,0	5,0	4,4
3	4,0	3,2	4,0	4,0	4,0	4,0
4	4,0	3,6	4,0	4,0	4,0	4,0
5	5,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
6	4,75	3,2	3,75	3,6	3,2	3,8
7	5,0	4,0	4,5	4,0	4,4	4,0
8	4,0	4,0	4,0	4,0	5,0	4,4
9	5,0	4,0	4,5	4,6	4,0	4,0
10	5,0	4,2	4,0	4,2	4,4	4,0
11	4,5	4,2	4,0	4,0	4,2	3,2
12	4,25	4,2	4,0	3,2	2,8	2,8
13	4,0	4,0	4,5	4,0	4,0	4,0
14	5,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
15	4,0	3,2	4,0	4,0	3,6	3,2
16	5,0	2,8	4,25	4,0	4,0	3,8
17	4,25	4,4	4,25	4,2	4,6	4,6
18	4,75	3,6	4,25	3,8	3,2	4,0
19	4,0	4,0	3,5	4,0	4,0	4,0
20	3,75	2,0	3,0	4,0	3,2	2,0
21	4,5	3,6	3,5	4,8	4,2	3,2
22	4,0	2,4	3,0	3,6	3,6	2,8
23	4,75	4,0	4,0	4,6	4,2	4,0
24	4,0	3,6	4,0	3,6	3,8	3,6
25	4,0	3,6	2,5	2,4	2,8	2,4
26	4,5	4,2	4,0	4,0	3,6	4,0
27	4,75	4,0	3,5	4,0	4,0	4,4
28	4,25	4,0	3,75	3,2	4,8	4,0
29	4,5	3,2	3,0	3,6	4,0	4,6
30	4,25	3,6	3,5	3,6	2,8	3,6
31	4,5	4,2	4,0	4,0	4,0	4,0
32	4,0	4,0	3,5	4,0	4,0	4,0
33	4,0	2,8	3,5	3,6	4,2	2,0
34	4,75	3,6	2,5	3,6	3,6	2,0
35	4,75	2,8	3,5	3,6	4,4	3,4
36	4,5	3,6	3,25	5,0	4,4	3,4
37	4,25	4,0	3,0	4,4	3,8	3,8
38	4,25	4,2	4,0	4,2	4,0	4,0
39	4,75	3,6	4,0	4,0	4,0	4,0
40	4,5	4,0	3,75	4,4	4,2	3,4

41	5,0	4,4	5,0	3,8	4,6	3,6
42	4,0	4,6	3,5	4,0	5,0	3,8
43	4,5	4,4	4,5	4,4	4,2	4,2
44	4,5	4,6	1,75	3,8	2,2	4,8
45	4,75	4,4	4,0	4,2	4,6	4,2
46	5,0	5,0	4,75	5,0	5,0	4,8
47	4,75	4,0	3,5	4,4	4,0	3,8
48	4,0	4,0	4,0	3,2	3,6	4,0
49	4,5	4,0	3,0	5,0	4,0	4,8
50	5,0	4,8	4,5	4,8	5,0	5,0
51	4,25	3,6	3,5	4,0	4,4	3,6
52	5,0	3,4	3,25	4,2	3,4	3,6
53	4,5	2,8	4,0	2,8	4,0	3,6
54	4,0	4,2	4,25	4,0	4,4	3,2
55	4,5	4,0	4,25	4,8	4,2	4,0
56	4,0	3,4	3,5	4,2	4,2	3,8
57	4,75	4,2	4,0	4,0	4,0	4,0
58	4,0	4,2	3,75	4,0	4,2	3,6
59	5,0	4,0	3,75	5,0	4,6	4,0
60	4,0	3,6	3,5	4,0	4,0	3,6
61	4,25	2,8	2,5	4,0	2,2	1,6
62	4,75	3,0	2,5	4,0	4,0	4,0
63	4,5	2,8	3,75	2,8	3,2	1,6
64	2,5	2,0	2,5	2,0	2,4	2,0
65	4,75	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
66	4,5	4,0	3,5	4,0	4,6	4,2
67	4,5	2,4	2,75	3,6	2,4	4,0
68	4,25	3,6	3,5	4,2	4,2	4,0
69	5,0	2,0	3,0	4,8	4,6	4,4
70	4,5	3,6	4,5	4,4	4,2	4,0
71	4,5	4,0	4,25	4,2	4,2	4,6
72	4,5	3,6	3,5	4,0	4,0	3,6
73	4,0	4,0	4,0	4,0	4,2	4,0
74	4,0	2,4	3,5	4,0	4,0	2,4
75	4,0	3,6	3,5	3,6	4,4	4,0
76	4,75	2,4	3,5	4,8	4,0	4,2
77	4,25	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
78	4,25	3,2	2,75	3,2	2,4	2,0
79	5,0	3,4	5,0	5,0	4,4	3,8
80	4,5	4,2	4,25	4,4	4,2	3,6
81	5,0	3,8	4,0	5,0	4,0	4,4
82	5,0	4,4	4,0	5,0	5,0	5,0

83	4,25	3,6	2,75	3,6	3,2	2,8
84	5,0	3,8	4,25	4,8	4,0	3,8
85	4,5	4,6	3,5	4,0	4,0	4,2
86	4,5	3,8	4,25	4,4	4,4	4,0
87	4,75	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
88	4,75	4,6	4,75	4,8	4,2	4,6
89	4,5	4,0	3,75	4,2	4,8	4,0
90	4,5	4,0	3,75	4,0	4,6	3,6
91	4,0	4,0	3,5	3,6	4,0	4,0
92	4,25	3,2	2,5	2,4	3,2	2,0
93	4,25	2,4	3,5	4,0	3,6	2,8
94	4,25	4,0	4,25	4,0	4,2	4,0
95	4,75	3,6	4,0	4,6	4,0	4,0
96	5,0	4,6	4,25	3,2	4,2	4,0
97	4,75	4,2	4,25	5,0	4,6	4,4
98	4,75	3,6	3,0	3,6	3,6	3,6
99	5,0	3,2	3,5	5,0	3,2	4,4
100	4,25	3,6	5,0	4,0	4,0	3,2

Hasil output SPSS

A. Hasil validitas dan reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
produk1	113.5500	162.371	.425	.893
produk2	114.0100	166.495	.054	.900
produk3	113.3500	163.846	.307	.894
produk4	113.4500	159.967	.531	.891
produk5	113.4200	164.286	.310	.894
harga1	113.9200	159.751	.343	.894
harga2	114.4300	158.369	.335	.895
harga3	114.1600	158.580	.380	.893
harga4	114.2700	156.522	.435	.892

harga5	114.2000	154.646	.532	.890
promosi1	114.1600	161.853	.183	.899
promosi2	114.0300	161.666	.286	.895
promosi3	113.9600	154.968	.551	.890
promosi4	113.7400	159.568	.505	.891
promosi5	114.9000	153.869	.409	.894
proses1	113.8700	156.134	.585	.890
proses2	113.7700	160.583	.422	.893
proses3	113.9100	156.891	.536	.890
proses4	113.8200	159.260	.458	.892
proses5	113.9500	157.402	.560	.890
layanan1	113.9000	156.394	.531	.890
layanan2	113.8900	159.109	.441	.892
layanan3	113.9400	156.643	.564	.890
layanan4	113.9100	157.032	.529	.891
layanan5	114.0100	155.081	.623	.889
minat1	113.9100	153.537	.646	.888
minat2	114.3200	152.664	.584	.889
minat3	114.3400	153.055	.601	.889
minat4	114.2300	153.512	.598	.889
minat5	114.0700	157.379	.447	.892

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
1.1791E2	168.527	12.98180	30

2. Reliabilitas
 - a. Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.723	.720	4

- b. Tarif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.652	.650	5

- c. Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.625	.624	4

- d. Proses

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.827	.826	5

e. Layanan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.800	5

f. Minat

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.823	.823	5

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PRODUK	.691	1.446
	HARGA	.720	1.389
	PROMOSI	.593	1.686
	PROSES	.577	1.733
	LAYANAN	.533	1.875

a. Dependent Variable: MINAT

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Park

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.597	3.126		2.111	.037
Lnproduk	-2.187	2.488	-.102	-.879	.382
Lnharga	-1.550	1.208	-.141	-1.284	.202
Lnpromosi	-2.172	1.477	-.186	-1.471	.145
Lnproses	.772	1.684	.058	.459	.648
Lnlayanan	-1.692	1.645	-.137	-1.029	.306

a. Dependent Variable: Ln2RES_1

C. Hasil Regresi Berganda

1. Nilai R Square

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Layanan, Produk, Harga, Promosi, Proses ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.484	.52373

a. Predictors: (Constant), layanan, produk, harga, promosi, proses

b. Dependent Variable: minat

2. Output Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.847	5	5.369	19.575	.000 ^a
	Residual	25.784	94	.274		
	Total	52.630	99			

a. Predictors: (Constant), layanan, produk, harga, promosi, proses

b. Dependent Variable: minat

3. Output uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.109	.609		-1.819	.072
	produk	.243	.155	.137	1.572	.119
	harga	.394	.097	.344	4.048	.000
	promosi	-.028	.109	-.024	-.258	.797
	proses	.367	.118	.296	3.112	.002
	layanan	.230	.118	.192	1.945	.055

a. Dependent Variable: minat

CURICULUM VITAE

Nama : Heni Husni Muasyaroh

TTL : Cilacap, 13 Juni 1991

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat Asal : Desa Madura RT 05 RW 04 Kec. Wanareja, Kab. Cilacap

Alamat Jogja : Jalan Putra Bangsa No. 496 RT 19/4 Janturan UH 4 Yogyakarta

Cp/Email : 089672115352/ henyie@gmail.com

Nama Ortu

Ayah : Ewo Sumbawa

Ibu : Komariah

Riwayat Pendidikan

Jenjang Pendidikan	Tahun
SDN 1 Madura	: 1997-2003
SMP N 2 Wanareja	: 2003-2006
SMA N 1 Majenang	: 2006-2009
UIN Sunan Kalijaga	: 2009-2014

Riwayat Organisasi

1. MP PPK
2. Staf PSDI ForSEI
3. Sekretaris Partai PAS UIN
4. Sosmas KAMMI Komisariat UIN