

**ANALISIS LAYANAN, PERSEPSI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH BANK SYARIAH UNTUK
MELAKUKAN TRANSAKSI MENGGUNAKAN ATM BERSAMA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH :

**ROMZI INDAH CAHYANI
NIM. 14820183**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**

**ANALISIS LAYANAN, PERSEPSI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH BANK SYARIAH UNTUK MELAKUKAN
TRANSAKSI MENGGUNAKAN ATM BERSAMA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH :

**ROMZI INDAH CAHYANI
NIM. 14820183**

DOSEN PEMBIMBING:

**DRS. AKHMAD YUSUF KHOIRUDDIN, M.SI.
NIP. 19661119 199203 1 002**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR
Nomor: B-870/Un.02/DEB/PP.05.3/03/2018**

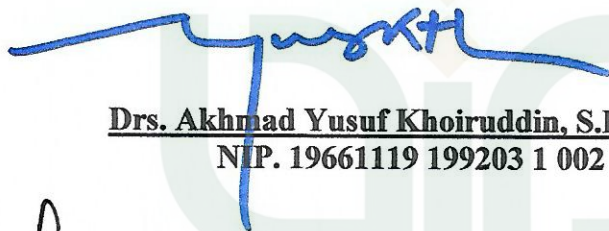
Tugas akhir dengan judul : “Analisis Layanan, Persepsi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah untuk Melakukan Transaksi Menggunakan ATM Bersama”

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Romzi Indah Cahyani
NIM : 14820183
Telah diujikan pada : Senin, 26 Februari 2018
Nilai : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR:
Ketua Sidang**



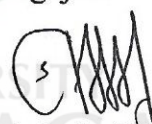
Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji I



Jauhar Faradis, S.H.I., M.A
NIP. 19840523 201101 1 008

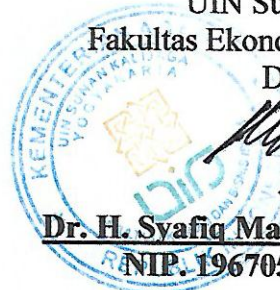
Penguji II



Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I
NIP. 19910919 201503 2 008

Yogyakarta, 2 Maret 2018

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN



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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Surat Persetujuan Skripsi/Tugas Akhir

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr. wb,

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

Nama : Romzi Indah Cahyani

NIM : 14820183

Sepester : 8 (Delapan)

Judul : Analisis Layanan, Persepsi dan Promosi terhadap Keputusan
Nasabah Bank Syariah untuk Melakukan Transaksi
Menggunakan ATM Bersama

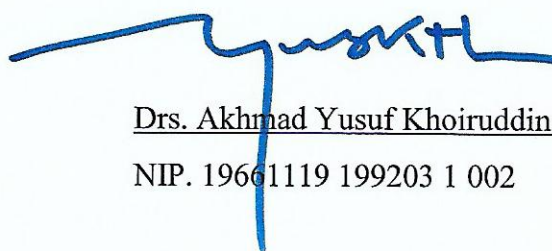
Sudah dapat diajukan kembali kepada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi/tugas akhir Saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 Februari 2018

Pembimbing



Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, M.Si.

NIP. 19661119 199203 1 002

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Romzi Indah Cahyani

NIM : 14820183

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Layanan, Persepsi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah untuk Melakukan Transaksi Menggunakan ATM Bersama” sepenuhnya merupakan karya saya sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang telah dirujuk pada daftar pustaka sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan adanya pelanggaran ataupun penyimpangan dari aturan yang berlaku.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 Februari 2018



yusun

Romzi Indah Cahyani

NIM. 14820183

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Assalamu 'alaikum Wr. Wb,

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Romzi Indah Cahyani

NIM : 14820183

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Fee Right) kepada Universitas Islam Negeri Yogyakarta atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Layanan, Persepsi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah untuk Melakukan Transaksi Menggunakan ATM Bersama”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 Februari 2018

Yang menyatakan



Romzi Indah Cahyani

NIM. 14820183

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 05936/U/1987.

A. KONSONAN TUNGGAL

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er

ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	‘el
م	Mim	m	‘em
ن	Nūn	n	‘en
و	Waw	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. KONSONAN RANGKAP KARENA SYADDAH DITULIS RANGKAP

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

C. TA'MARBŪTAH DI AKHIR KATA

1. Bila dimatikan ditulis h

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

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah diserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliā'</i>
----------------	---------	--------------------------

3. Bila ta'marbūtah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāh al-fiṭri</i>
------------	---------	-----------------------

D. VOKAL PENDEK

ـَ	fathah	ditulis	<i>a</i>
ـِ	kasrah	ditulis	<i>i</i>
ـُ	ḍammah	ditulis	<i>u</i>

E. VOKAL PANJANG

1	Fathah + alif	جاهلية	ditulis	<i>ā : jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati	تنسى	ditulis	<i>ā : tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati	كريم	ditulis	<i>ī : karīm</i>
4	Dammah + wawu mati	فروض	ditulis	<i>ū : furūḍ</i>

F. VOKAL RANGKAP

1	Fathah ya mati		ditulis	<i>ai</i>
	بينكم		ditulis	<i>bainakum</i>
2	Fathah wawu mati		ditulis	<i>au</i>
	قول		ditulis	<i>qaul</i>

**G. VOKAL PENDEK YANG BERURUTAN DALAM SATU KATA
DIPISAHKAN DENGAN APOSTROF**

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. KATA SANDANG ALIF + LAM

1. bila diikuti huruf *Qomariyyah* ditulis dengan menggunakan “l”.

الْقُرْآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السَّمَاء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. PENULISAN KATA-KATA DALAM RANGKAIAN KALIMAT

ذَوِي الْفُرُوض	Ditulis	<i>Ẓawī al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّة	ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

J. PENGECEUALIAN

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini merupakan hasil dari penelitian yang penulis lakukan di ATM Center Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah terlibat dan memberikan bantuan baik moril maupun materiil dalam penyusunan tugas akhir ini, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak atas dukungannya dalam penyusunan tugas akhir ini, khususnya kepada:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi A, MA, Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai teladan yang baik bagi seluruh mahasiswa dalam mengejar cita di ranah akademik.
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang mana selalu mendorong penyusun untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Joko Setyono, SE, M.Si, selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, SE, M.Si., Ak, CA, selaku dosen pembimbing yang senantiasa mendorong penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Dinik Fitri Rahajeng Pangestuti, selaku dosen yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

6. Seluruh jajaran dosen dan staff, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang juga mendorong penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Keluarga tercinta, yang selalu percaya dan senantiasa mendukung sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya teman-teman Perbankan Syariah kelas D.
9. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca, demi kesempurnaan dan kemajuan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 21 Februari 2018

Penulis



Romzi Indah Cahyani

NIM. 14820183

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
ABSTRACT	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Manfaat Penelitian.....	6
D. Sistematika Pembahasan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Telaah Pustaka.....	8
B. Teori Layanan	15
C. Teori Persepsi.....	19
D. Teori Promosi.....	24
E. Teori Keputusan	29
F. <i>Automatic Teller Machine/ATM</i>	32
G. Pengembangan Hipotesis	39
H. Kerangka Teoritis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Jenis dan Sumber Data	42
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	44
1. Variable Terikat.....	44
2. Variabel Bebas.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
1. Kuesioner.....	50
2. Wawancara	53
F. Teknik Pengambilan Sampel.....	53
1. Populasi	53
2. Sampel	54

G.	Alat Analisis Data.....	56
1.	Uji Validitas.....	56
2.	Uji Reliabilitas.....	57
H.	Uji Asumsi Klasik.....	58
1.	Uji Multikolonieritas	58
2.	Uji Heteroskedastisitas	59
3.	Uji Normalitas	60
4.	Uji Linier	62
I.	Teknik Analisis Data.....	63
1.	Analisis Deskriptif.....	64
2.	Uji Koefisien Determinasi	64
3.	Uji Simultan.....	65
4.	Uji Parsial	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		66
A.	Analisis Deskriptif.....	66
B.	Teknik Analisis Data.....	70
1.	Uji Validitas	70
2.	Uji Reliabilitas.....	72
C.	Uji Asumsi Klasik	74
1.	Uji Multikolonieritas	74
2.	Uji Heteroskedastisitas	75
3.	Uji Normalitas	76
4.	Uji Linieritas	79
D.	Analisis Regresi Linier Berganda	82
1.	Uji Koefisien Determinasi	82
2.	Uji Simultan	82
3.	Uji Parsial.....	84
E.	Pembahasan.....	87
BAB V PENUTUP.....		92
A.	Kesimpulan.....	92
B.	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....		95
LAMPIRAN.....		100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Keterlibatan Keputusan Pembelian	29
Tabel 1.2 Daftar Anggota Jaringan ATM Bersama	35
Tabel 1.3 Daftar Anggota Jaringan ALTO	35
Tabel 1.4 Daftar Anggota Jaringan PRIMA	36
Tabel 1.5 Daftar Anggota Jaringan ATM Link.....	36
Tabel 4.1 Usia Responden.....	66
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden	67
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	67
Table 4.4 Penghasilan Responden.....	68
Table 4.5 Pengeluaran Per Bulan Responden	69
Tabel 4.6 Asal/Domisili Responden	69
Tabel 4.7 ATM yang Digunakan Responden.....	70
Table 4.8 Hasil Uji Validitas.....	71
Table 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	73
Table 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Statistik	78
Table 4.13 Hasil Uji Linieritas Keputusan terhadap Layanan	79
Table 4.14 Hasil Uji Linieritas Keputusan terhadap Persepsi.....	80
Table 4.15 Hasil Uji Linieritas Keputusan terhadap Promosi.....	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
Table 4.17 Hasil Uji Simultan.....	83
Table 4.18 Hasil Uji Parsial	85

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

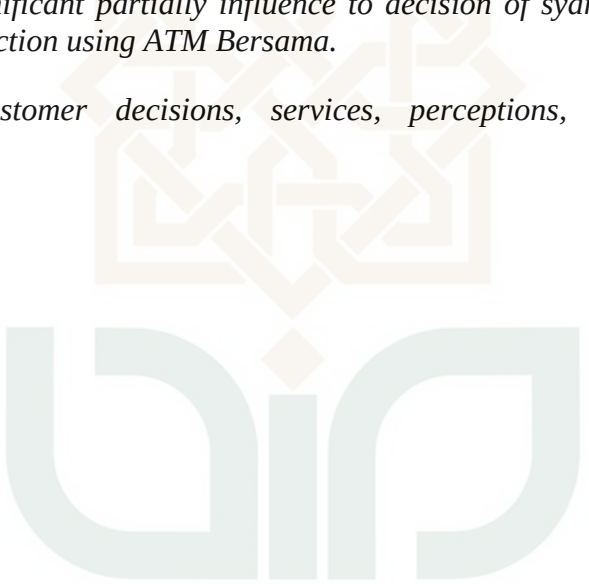
	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Teoritis Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	77
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Grafik Plot.....	77
Gambar 4.4 Kurva Uji T	86



ABSTRACT

This study to determine the effect of service, perception and promotion in general to the decision of Islamic bank customers to conduct transactions using ATM Bersama. The data used in this study is the primary data with 40 respondents at ATM Center UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. The sampling technique used is convenience sampling. The dependent variable in this research is decision while the free variable is service, perception and promotion. The results showed that service and perception do not have significant effect while promotion significant partially influence to decision of syaria bank customer to conduct transaction using ATM Bersama.

Keywords: customer decisions, services, perceptions, promotions, ATMs, transactions



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan, persepsi dan promosi secara umum terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan responden sebanyak 40 pengguna ATM Center UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan yaitu convenience sampling. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan sedangkan variabel bebasnya adalah layanan, persepsi dan promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan dan persepsi tidak berpengaruh signifikan sedangkan promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama.

Kata kunci: keputusan nasabah, layanan, persepsi, promosi, ATM, transaksi



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Gubernur Bank Indonesia Agus D.W. Martowardojo, pada Kamis, 14 Agustus 2014 secara resmi mencanangkan “Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)”. GNNT ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrument non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrument non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya (Siaran Pers Bank Indonesia No. 16/58/DKom). Munculnya *Less Cash Society* tidak lepas dari perkembangan teknologi informasi yang mendorong teknologi pembayaran semakin inovatif, efisien, aman serta mudah digunakan. Saat ini kita mengenal beragam instrument pembayaran non tunai seperti cek atau bilyet giro, kartu ATM, kartu debit, kartu kredit dan uang elektronik, yang digunakan untuk berbelanja, mengirim uang, membayar berbagai tagihan, sampai dengan transaksi dengan nilai relative kecil seperti membayar biaya parkir dan transportasi seperti bus transjakarta dan kereta api (*Newsletter Bank Indonesia*, 2014:3).

Transfer dana yang dilakukan dapat melalui akses di jaringan yang disediakan oleh bank maupun lembaga selain bank. Sesuai dengan

Peraturan Bank Indonesia Nomor 17/9/PBI/2015, penyelenggara transfer dana selain bank adalah badan usaha berbadan hukum Indonesia bukan bank yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia untuk menyelenggarakan kegiatan transfer dana. Badan usaha yang dimaksud adalah perusahaan *switching*. Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/2/PBI/2012, perusahaan *switching* adalah perusahaan yang menyediakan jasa *switching* atau *routing* atas transaksi elektronik yang menggunakan APMK melalui terminal seperti ATM atau *Electronic Data Captures* (EDC) dalam rangka memperoleh *autorisasi* dari penerbit. Logo yang tertera pada kartu menunjukkan bahwa kartu tersebut memiliki akses di jaringan yang tertera logo yang sama. Jaringan tersebut adalah jaringan lokal (Link, ALTO, ATM Bersama, PRIMA) dan jaringan internasional (CIRRUS, MAESTRO, *Mastercard Electronic*, *VISA Plus*, *VISA Electron*). Ditinjau dari masing-masing website resmi jaringan layanan ATM lokal, terdapat lebih banyak anggota pada jaringan ATM Bersama.

Penggunaan ATM Bersama berasal dari nasabah bank konvensional dan nasabah bank syariah. Untuk mendorong adanya *Less Cash Society* pada suatu lingkungan, maka perlu dilakukan penelitian mengenai keputusan terhadap penggunaan ATM Bersama. UIN Sunan Kalijaga adalah salah satu universitas keislaman di Yogyakarta, yang memiliki visi unggul dan terkemuka dalam pemanduan dan pengembangan keislaman dan keilmuan bagi peradaban. Untuk mendukung hal ini, dilakukan penelitian mengenai keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan

transaksi menggunakan ATM Bersama dalam upaya meningkatkan Less Cash Society di lingkungan UIN Sunan Kalijaga.

Indikator variable bebas dalam penelitian ini diambil dari beberapa penelitian terdahulu, yaitu variable layanan, persepsi dan promosi. Pada penelitian Tri Candra Sakti (2010), variable layanan yang digunakan adalah menggunakan teori Irawan (2002) dalam dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dimensi service quality (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy*) secara bersama-sama memiliki dampak pengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Satisfication sedangkan service quality (*assurance*) memiliki dampak pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Customer Satisfication. Menurut Zeithmal, Berry dan Parasuraman (1996) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006), keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Perusahaan dalam menyediakan layanan ATM Bersama yang baik akan mempengaruhi pencapaian pangsa pasar yang tinggi serta peningkatan laba perusahaan.

Nurjannah (2017) dalam penelitiannya menggunakan indicator persepsi menurut Mulyana (2000:167) yaitu seleksi, organisasi dan interpretasi. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pada Persepsi

terhadap Penggunaan ATM dengan nilai t hitung sebesar $1.770 < t$ tabel 2.005 pada taraf signifikansi 5%. Dalam penelitian ini, persepsi menggunakan teori dari Thoha dengan lebih banyak poin penelitian, diharapkan akan mempengaruhi variabel terikat dalam penelitian ini yaitu variabel keputusan.

Alvina Dian Firdaus (2017) dalam skripsinya menggunakan kelima dimensi *promotion mix* (*advertising, personal selling, sales promotion, public relations* dan *direct marketing*) sebagai variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara *Promotion mix* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Promotion mix* merupakan salah satu variabel marketing mix. Bauran pemasaran yang terkendali yang telah dikenal luas yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis pengaruh secara umum antara layanan, persepsi dan promosi terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama. Studi dalam penelitian ini adalah ATM Center UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tempat dimana banyak mahasiswa dan masyarakat yang dimungkinkan pernah menggunakan ATM Bersama untuk melakukan transaksi antar bank.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh layanan terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama?
2. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui seberapa besar pengaruh layanan terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama
- b. Mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama

- c. Mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama

2. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi akademik, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, serta menjadi pengembangan penelitian di masa yang akan datang.
- b. Bagi lembaga terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi manajemen perbankan syariah yang terlibat dalam meningkatkan kinerja manajemen perusahaan
- c. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan mengenai analisis pengaruh layanan, persepsi dan promosi terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama.

D. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Penelitian ini disajikan dalam lima bab yang terdiri dari pendahuluan, landasan teori, metodologi penelitian, hasil penelitian dan penutup. Berikut adalah sistematika penulisan penelitian ini.

Bab satu merupakan bagian pendahuluan. Bab ini membahas mengenai lima poin pendahuluan, yaitu latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, pembatasan masalah, dan sistematika penulisan.

Bab dua merupakan bagian landasan teori. Bab ini membahas mengenai landasan teori yang digunakan sebagai acuan penelitian, yaitu telaah pustaka, pengembangan hipotesis dan kerangka teoritis.

Bab tiga merupakan bagian metodologi penelitian. Bab ini memuat penjelasan tentang jenis penelitian, data dan sumber data, lokasi dan waktu penelitian, definisi operasional variabel penelitian, teknik pengolahan data, teknik pengambilan sampel, alat analisis data dan teknik analisis data.

Bab empat merupakan bagian hasil penelitian. Bab ini berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian. Disajikan hasil analisis layanan, persepsi dan promosi terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama.

Bab lima merupakan bagian penutup. Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan, implikasi dan saran. Simpulan atas pengujian hipotesis dan diskusi singkat atas hasil yang diperoleh. Implikasi harus dihubungkan dengan hasil penelitian, yang dijelaskan secara teoritis, praktik dan atau kebijakan. Saran menjelaskan keterbatasan penelitian dan saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama, dengan keputusan sebagai variable terikat dan layanan, persepsi dan promosi sebagai variable bebas. Studi penelitian ini dilakukan di ATM Center UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Jumlah responden yang didapat adalah 40 nasabah bank syariah yang pernah melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama.

Analisis uji parsial menunjukkan tingkat signifikansi layanan terhadap keputusan sebesar 0,198 dan t hitung sebesar 1,312, t hitung $< t$ table sebesar 2,028, sehingga dapat dikatakan bahwa layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama. Uji parsial menunjukkan tingkat signifikansi persepsi terhadap keputusan sebesar 0,61 dan t hitung sebesar 1,934, t hitung $< t$ table sebesar 2,028, sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama. Uji parsial

menunjukkan tingkat signifikansi promosi terhadap keputusan sebesar 0,001 dan t hitung sebesar 3,533, t hitung $< t$ table sebesar 2,028, sehingga dapat dikatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah bank syariah untuk melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama.

B. SARAN

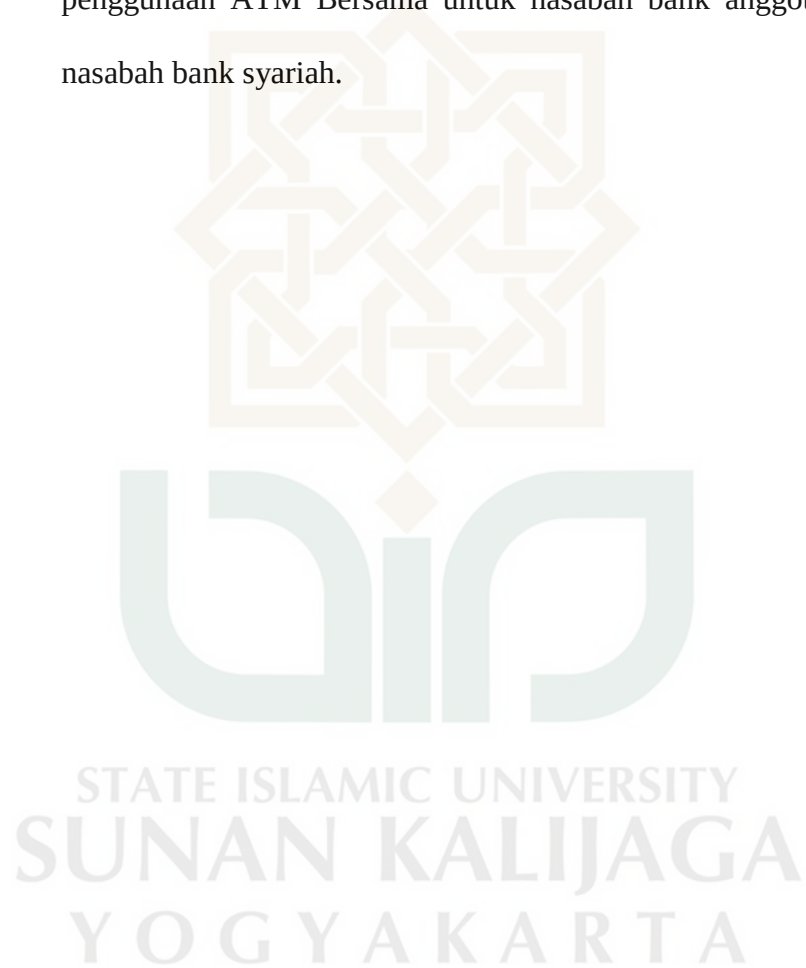
Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh yang kuat secara parsial antara variable layanan dan persepsi terhadap keputusan nasabah bank syariah dalam melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama. Dan terdapat pengaruh yang sangat lemah antara promosi terhadap keputusan nasabah bank syariah dalam melakukan transaksi menggunakan ATM Bersama. Oleh karena itu, penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan sampling cluster agar data yang digunakan lebih banyak dan lebih dapat mewakili suatu daerah tertentu.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan penelitian sebelumnya dengan menambah variable maupun jumlah responden agar penelitian lebih berkembang

2. Bagi Perusahaan

Nasabah bank syariah sudah mulai terbiasa menggunakan ATM Bersama. Agar penggunaannya lebih meningkat maka diperlukan peningkatan pada promosi perusahaan agar meningkatkan keputusan penggunaan ATM Bersama untuk nasabah bank anggota khususnya nasabah bank syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2016. *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ar-Rifa'I, Muhammad Nasib. 2012. Ringkasan Ibnu Katsir Jilid 1 Surah Al-Faatihah s/d Surah An-Nisaa'. Jakarta: Gema Insani.
- Ar-Rifa'I, Muhammad Nasib. 2012. Ringkasan Ibnu Katsir Jilid 2 Surah Al-Maaidah s/d Surah An-Nahl. Jakarta: Gema Insani.
- Bank Indonesia. 2016. *Daftar Istilah Sistem Pembayaran- Pengelolaan Uang Rupiah Edisi 2016*.
- Bank Indonesia. 2014 *Gerai Info Newsletter Bank Indonesia Edisi 50 Tahun 5*.
- Djakfar, Muhammad. 2012. Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi. Jakarta: Penebar Plus.
- Fauzan, Muhammad. 2017. Gaya Hidup Nasabah dan Keputusan Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Volume VII. Nomor 2.
- Firdausi, Alvina Dian. 2017. *Analisis Pengaruh Promotion Mix dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Prulink Syariah Assurance Account pada PT. Prudential Life Assurance*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*

20. Universitas Diponegoro: Semarang.

Hadi, Sutrisno. 1991. *Analisa Butir untuk Instrumen*. Yogyakarta: Andi Offset.

Hasan, Ali. 2007. *Marketing*. Yogyakarta: MedPress.

Hendra, Endang, dkk. 2012. *Al-Qur'an Cordoba Special for Muslimah*. Bandung:

PT. Cordoba Internasional Indonesia.

<http://web.archive.org/web/20170618155254/http://alto.co.id:80/member>

(Diunduh pada 19 Januari 2018)

<http://atmbersama.com/id/profil/kode-bank.html> (Diunduh pada 18 Desember

2017)

http://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp_165814.aspx] (Diunduh

pada 19 Januari 2018)

<http://www.jaringanprima.com/kode/all> (Diunduh pada 18 Desember 2017)

[http://www.telkomsigma.co.id/financial-banking-solutions/himbara-link-atm-](http://www.telkomsigma.co.id/financial-banking-solutions/himbara-link-atm-switching/)

[switching/](http://www.telkomsigma.co.id/financial-banking-solutions/himbara-link-atm-switching/) (Diunduh pada 18 Desember 2017)

Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta :

PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jogiyanto. 2013. *Pedoman Survey Kuesioner : Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Responden Edisi Kedua*. Yogyakarta : BPFE.

K., Tri Candra Sakti. 2010. *Analisa Pengaruh Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen dan Motivasi Konsumen Pengguna ATM di Jakarta*. Tesis Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta : Salemba Empat.

Matani, Arief Rachman. 2007. Link ATM Bank Syariah ke Bank Konvensional Perspektif Syariah (Studi Kasus pada Bank Muamalah Indonesia Cabang Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Islam La Riba*. Volume I. Nomor 2.

Muhamad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.

Nurjanitra, Vania. 2012. *Analisis Layanan Automated Teller Machine Perbankan melalui Gerbang Pembayaran Nasional (National Payment Gateway)*. Skripsi Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Nurjannah, Saniyyah Rana. 2017. *Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Kepercayaan dan Brand terhadap Penggunaan ATM di BNI Syariah KC Yogyakarta*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/2/PBI/2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu

Peraturan Bank Indonesia Nomor 17/9/PBI/2015 tentang Penyelenggaraan Transfer Dana dan Kliring Berjadwal oleh Bank Indonesia

Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. 2015. *Organizational Behavior Sixteenth Edition*. London : Pearson.

Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business : Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku Dua Edisi Kedua*. Jakarta : Salemba Empat.

Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods for Business : Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku Satu Edisi Kedua*. Jakarta : Salemba Empat.

Suliyanto. 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Tasmara, Toto. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani.

Thoha, Miftah. 2015. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Yamin, Sofyan dan Kurniawan. 2014. *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik*

Terlengkap dengan Software SPSS. Jakarta Selatan : Salemba Infotek.

Yaya, Martawireja dan Abdurahim. 2014. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori*

dan Praktik Kontemporer Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat





LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Yogyakarta, 23 Januari 2018

Assalamualaikum Wr. Wb,

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang saya lakukan, kuesioner ini didesain untuk menganalisis keputusan nasabah bank syariah untuk menggunakan ATM Bersama dalam melakukan transaksi antar bank. Saya mengharapkan bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/i dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang tertulis di bawah ini. Dalam menjawab pertanyaan penelitian, tidak ada jawaban yang benar atau salah. Jawaban paling baik adalah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan dan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Saya akan menjamin kerahasiaan identitas dan jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara/i.

Terimakasih Bapak/Ibu/Saudara/i telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang telah diberikan. Saya sangat menghargai bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam memperlancar penelitian ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat.

WassalamualaikumWr. Wb.

Hormat saya,

Romzi Indah Cahyani

Kuesioner Penelitian

Analisis Layanan, Persepsi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah untuk Melakukan Transaksi Menggunakan ATM Bersama di Yogyakarta

Bagian Satu : Data Diri Responden

Berilah tanda (✓) pada kotak yang tersedia sesuai dengan keadaan Anda saat ini. Pilih satu jawaban saja untuk setiap pertanyaan, kecuali jika ada petunjuk khusus.

1. Nama :

2. Usia (tahun)	3. Pekerjaan	4. Jenis Kelamin	5. Penghasilan per bulan (Rp)
Di bawah 21	Pegawai Pemerintahan	Pria	Di bawah 500.000
21 – 30	Pegawai Swasta	Wanita	500.000 – 1.500.000
31 – 40	Pengusaha/Wiraswasta		1.500.000 – 2.500.000
41 – 50	Pelajar/Mahasiswa		2.500.000 – 3.500.000
Di atas 50	Lainnya (.....)		Di atas 3.500.000

5. Pengeluaran per bulan (Rp)	6. Asal/domisili di Yogya	8. ATM yang digunakan
Di bawah 500.000	Kota Yogyakarta	ATM Bank Syariah Mandiri
500.000 – 1.500.000	Sleman	ATM Bank Muamalat
1.500.000 – 2.500.000	Bantul	ATM BRI Syariah
2.500.000 – 3.500.000	Kulon Progo	ATM BNI Syariah
Di atas 3.500.000	Gunung Kidul	Lainnya(.....)

Bagian Dua : Pertanyaan Penelitian

Berilah tanda (✓) pada kotak yang tersedia sesuai dengan argumen yang Anda pilih. Pilih satu jawaban saja untuk setiap pertanyaan.

Keterangan Pernyataan :

Sangat Tidak Setuju (1) Setuju (4)
Tidak Setuju (2) Sangat Setuju (5)

NO	DAFTAR PERTANYAAN	PERNYATAAN			
		1	2	4	5
1	Lokasi mesin ATM dengan logo ATM Bersama mudah dijangkau				
2	ATM Bersama mampu melakukan transaksi dengan tepat				
3	Pengoperasian ATM Bersama lancar, mudah dan cepat				
4	Keamanan terjamin saat transaksi menggunakan ATM Bersama				
5	ATM Bersama menyediakan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan transaksi saya				
6	Tersedianya jaringan ATM Bersama yang luas				
7	Jaringan ATM Bersama lebih mudah dijangkau daripada jaringan ATM lain (ALTO, PRIMA, Link)				
8	Saya menggunakan ATM Bersama lebih dari satu kali				
9	Saya mengetahui berbagai transaksi yang dapat dilakukan menggunakan ATM Bersama				
10	Saya menggunakan ATM Bersama karena kebutuhan mendesak saya				
11	Saya mengetahui ATM Bersama dari media massa (TV, Radio, Koran dan Internet)				
12	ATM Bersama menawarkan berbagai event dan/atau promo menarik				
13	Saya tertarik menggunakan ATM Bersama karena bisa mendapat hadiah dari event dan promo				
14	Saya mengetahui ATM Bersama karena transaksi pembelian dan/atau penjualan yang saya lakukan				
15	Saya mengetahui ATM Bersama dari beberapa event dan/atau promo yang diadakan				
16	Dalam memenuhi kebutuhan transaksi antar bank, saya merasa perlu menggunakan ATM Bersama				
17	Sebelum memutuskan untuk menggunakan ATM Bersama, saya merasa perlu untuk mencari informasi terkait transaksi tersebut				
18	Setelah mendapatkan informasi tentang ATM Bersama, saya merasa perlu untuk mengevaluasi sebelum mengambil keputusan				
19	Saya menganggap bahwa keputusan saya menggunakan ATM Bersama untuk bertransaksi merupakan keputusan yang tepat				
20	Saya merasa puas dengan manfaat yang ditawarkan ATM Bersama karena dapat memenuhi kebutuhan transaksi keuangan saya				

Bagaimana perasaan Anda setelah mengisi kuesioner ini?



LAMPIRAN 2

DATA DIRI RESPONDEN

No	Usia	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Penghasilan Per Bulan	Pengeluaran Per Bulan	Asal/Domisili	ATM yang Digunakan
1	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BRI Syariah
2	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	Di bawah 500.000	Di bawah 500.000	Sleman	ATM BRI Syariah
3	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	Di atas 3.500.000	1.500.000 - 2.500.000	Sleman	ATM Bank Syariah Mandiri
4	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM Bank Syariah Mandiri
5	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	Di bawah 500.000	500.000 - 1.500.000	Gunung Kidul	ATM Bank Syariah Mandiri
6	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	Di bawah 500.000	Di bawah 500.000	Sleman	ATM BNI Syariah
7	21 - 30	Pegawai Swasta	Wanita	2.500.000 - 3.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM Bank Syariah Mandiri
8	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Gunung Kidul	ATM BRI Syariah, ATM BRI
9	21 - 30	Pegawai Swasta	Wanita	1.500.000 - 2.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BRI Syariah
10	21 - 30	Pegawai Swasta	Wanita	2.500.000 - 3.500.000	500.000 - 1.500.000	Kota Yogyakarta	ATM BNI Syariah
11	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Bantul	ATM BNI Syariah
12	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BRI Syariah
13	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	1.500.000 - 2.500.000	1.500.000 - 2.500.000	Sleman	ATM Bank Syariah Mandiri
14	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	Di bawah 500.000	500.000 - 1.500.000	Kota Yogyakarta	ATM Bank Syariah Mandiri
15	21 - 30	Pegawai Swasta	Pria	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BNI Syariah
16	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BNI Syariah
17	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Kota Yogyakarta	ATM Bank Syariah Mandiri
18	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	Di bawah 500.000	Di bawah 500.000	Kota Yogyakarta	ATM BNI Syariah
19	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BRI Syariah
20	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	Di bawah 500.000	Di bawah 500.000	Kota Yogyakarta	ATM Bank Syariah Mandiri
21	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Kota Yogyakarta	ATM Bank Syariah Mandiri
22	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	1.500.000 - 2.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM Bank Syariah Mandiri
23	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	Di bawah 500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BRI Syariah

24	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Kota Yogyakarta	ATM BNI Syariah
25	21 - 30	Pegawai Swasta	Wanita	1.500.000 - 2.500.000	500.000 - 1.500.000	Bantul	ATM Bank Syariah Mandiri
26	< 21	Pegawai Swasta	Pria	2.500.000 - 3.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BRI Syariah
27	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BRI Syariah
28	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	Di bawah 500.000	Di bawah 500.000	Sleman	ATM BNI Syariah
29	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Kota Yogyakarta	ATM BNI Syariah
30	< 21	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	Di bawah 500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM Bank Syariah Mandiri
31	21 - 30	Pegawai Swasta	Wanita	1.500.000 - 2.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM Bank Syariah Mandiri
32	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	Di bawah 500.000	Di bawah 500.000	Kota Yogyakarta	ATM BRI Syariah
33	21 - 30	Pengusaha/Wiraswasta	Wanita	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Kota Yogyakarta	ATM BRI Syariah
34	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BRI Syariah
35	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Pria	Di bawah 500.000	Di bawah 500.000	Sleman	ATM BNI Syariah
36	21 - 30	Pegawai Swasta	Wanita	1.500.000 - 2.500.000	1.500.000 - 2.500.000	Sleman	ATM BRI Syariah
37	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	Di bawah 500.000	Di bawah 500.000	Sleman	ATM Bank Syariah Mandiri
38	21 - 30	Pengusaha/Wiraswasta	Wanita	1.500.000 - 2.500.000	1.500.000 - 2.500.000	Sleman	ATM Bank Syariah Mandiri
39	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Sleman	ATM BNI Syariah
40	21 - 30	Pelajar/Mahasiswa	Wanita	500.000 - 1.500.000	500.000 - 1.500.000	Kota Yogyakarta	ATM BNI Syariah

LAMPIRAN 3 TANGGAPAN RESPONDEN

Layanan (X1)					Persepsi (X2)					Promosi (X3)					Keputusan (Y)			
Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	2	1	2	4	3	3	4
3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	4	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3
3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	4	2	2	3	2	3	3	3	2
3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	4	3	1
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2	4	4	2
3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	2	2	3	2	4	3	3	3
3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	2	2	4	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
4	4	1	4	3	3	3	2	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2	3
2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	3
2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	4	3	3
3	2	2	3	1	3	3	3	3	3	1	2	2	3	2	3	3	1	2
4	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	2	2	2	4	4	3
4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3
2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
3	4	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4
3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3
3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	3
4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	2	4	3	4	3
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	1	2	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	1	4	4	3
2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
4	3	3	4	3	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	3	3
3	2	2	2	3	3	2	1	1	1	1	3	2	1	1	3	3	1	2
3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	4
3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	4
3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3

LAMPIRAN 4

HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS

		Correlations																				
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Total
Q1	Pearson Correlation	1	.459**	.295	.432**	.330*	.625**	.585**	.467**	.426**	.385*	.247	.106	-.028	-.068	.232	.267	-.045	.220	.338*	.499**	.582**
	Sig. (2-tailed)		.003	.065	.005	.038	.000	.000	.002	.006	.014	.125	.513	.864	.677	.150	.096	.785	.172	.033	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Q2	Pearson Correlation	.459**	1	.532**	.528**	.483**	.414**	.242	.391*	.571**	.300	.241	.291	.316*	.307	.311	.383*	.123	.421**	.547**	.597**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.002	.008	.132	.013	.000	.060	.135	.069	.047	.054	.051	.015	.451	.007	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Q3	Pearson Correlation	.295	.532**	1	.262	.491**	.420**	.272	.607**	.408**	.354*	.258	-.051	-.176	.047	.074	.296	-.099	.246	.318*	.265	.522**
	Sig. (2-tailed)	.065	.000		.103	.001	.007	.089	.000	.009	.025	.108	.755	.277	.772	.649	.064	.545	.126	.045	.098	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Q4	Pearson Correlation	.432**	.528**	.262	1	.242	.470**	.313*	.342*	.342*	.224	.038	.209	.231	.323*	.257	.354*	-.143	.111	.521**	.261	.529**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.103		.132	.002	.049	.031	.031	.165	.817	.195	.151	.042	.109	.025	.378	.496	.001	.103	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Q5	Pearson Correlation	.330*	.483**	.491**	.242	1	.302	.198	.354*	.346*	.203	.205	.144	.076	.000	.157	.155	.121	.348*	.392*	.386*	.506**
	Sig. (2-tailed)	.038	.002	.001	.132		.058	.221	.025	.029	.208	.204	.375	.642	1.000	.333	.340	.458	.028	.012	.014	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Q6	Pearson Correlation	.625**	.414**	.420**	.470**	.302	1	.547**	.427**	.536**	.284	.243	.262	.244	.080	.305	.450**	.133	.290	.292	.391*	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.007	.002	.058		.000	.006	.000	.076	.131	.103	.130	.624	.056	.004	.415	.070	.067	.013	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Q7	Pearson Correlation	.585**	.242	.272	.313*	.198	.547**	1	.513**	.533**	.555**	.228	-.106	-.112	.068	.203	.401*	.212	.193	.326*	.356*	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.132	.089	.049	.221	.000		.001	.000	.000	.158	.513	.491	.677	.209	.010	.189	.234	.040	.024	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Q8	Pearson Correlation	.467**	.391*	.607**	.342*	.354*	.427**	.513**	1	.571**	.612**	.290	.051	-.161	.223	.222	.402*	.085	.211	.369*	.327*	.663**
	Sig. (2-tailed)	.002	.013	.000	.031	.025	.006	.001		.000	.000	.069	.755	.321	.167	.169	.010	.600	.192	.019	.039	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Q9	Pearson Correlation	.426**	.571**	.408**	.342*	.346*	.536**	.533**	.571**	1	.411**	.228	.189	.245	.275	.380*	.386*	.341*	.331*	.434**	.436**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.009	.031	.029	.000	.000	.000		.009	.157	.243	.128	.085	.016	.014	.031	.037	.005	.005	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Q10	Pearson Correlation	.385*	.300	.354*	.224	.203	.284	.555**	.612**	.411**	1	.388*	-.138	-.119	.180	.201	.269	.327*	.350*	.153	.220	.574**
	Sig. (2-tailed)	.014	.060	.025	.165	.208	.076	.000	.000	.009		.013	.394	.465	.268	.213	.094	.040	.027	.345	.173	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Q11	Pearson Correlation	.247	.241	.258	.038	.205	.243	.228	.290	.228	.388*	1	.210	.316*	.313*	.485**	.299	.330*	.451**	.049	.222	.551**
	Sig. (2-tailed)																					
	N																					

	Sig. (2-tailed) N	.125 40	.135 40	.108 40	.817 40	.204 40	.131 40	.158 40	.069 40	.157 40	.013 40		.194 40	.047 40	.049 40	.002 40	.061 40	.038 40	.003 40	.763 40	.169 40	.000 40
Q12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.106 40	.291 40	-.051 40	.209 40	.144 40	.262 40	-.106 40	.051 40	.189 40	-.138 40	.210 40	1 40	.757** 40	.405** 40	.261 40	.223 40	.323* 40	.279 40	.281 40	.467** 40	.423** 40
Q13	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.028 40	.316* 40	-.176 40	.231 40	.076 40	.244 40	-.112 40	-.161 40	.245 40	-.119 40	.316* 40	.757** 40	1 40	.469** 40	.484** 40	.159 40	.372* 40	.301 40	.201 40	.328* 40	.398* 40
Q14	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.068 40	.307 40	.047 40	.323* 40	.000 40	.080 40	.068 40	.223 40	.275 40	.180 40	.313 40	.405** 40	.469** 40	1 40	.392* 40	.291 40	.257 40	.235 40	.367* 40	.227 40	.476** 40
Q15	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.232 40	.311 40	.074 40	.257 40	.157 40	.305 40	.203 40	.222 40	.380* 40	.201 40	.485** 40	.261 40	.484** 40	.392* 40	1 40	.244 40	.239 40	.431** 40	.237 40	.254 40	.548** 40
Q16	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.267 40	.383* 40	.296 40	.354* 40	.155 40	.450** 40	.401* 40	.402* 40	.386* 40	.269 40	.299 40	.223 40	.159 40	.291 40	.244 40	1 40	.144 40	.146 40	.414** 40	.391* 40	.594** 40
Q17	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.045 40	.123 40	-.099 40	-.143 40	.121 40	.133 40	.212 40	.085 40	.341* 40	.327* 40	.330* 40	.323 40	.372* 40	.257 40	.239 40	.144 40	1 40	.625** 40	.127 40	.326* 40	.435** 40
Q18	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.220 40	.421** 40	.246 40	.111 40	.348* 40	.290 40	.193 40	.211 40	.331* 40	.350* 40	.451** 40	.279 40	.301 40	.235 40	.431** 40	.146 40	.625** 40	1 40	.321* 40	.375* 40	.614** 40
Q19	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.338* 40	.547** 40	.318* 40	.521** 40	.392* 40	.292 40	.326* 40	.369* 40	.434** 40	.153 40	.049 40	.281 40	.201 40	.367* 40	.237 40	.414** 40	.127 40	.321* 40	1 40	.564** 40	.617** 40
Q20	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.499** 40	.597** 40	.265 40	.261 40	.386* 40	.391* 40	.356* 40	.327* 40	.436** 40	.220 40	.222 40	.467** 40	.328* 40	.227 40	.254 40	.391* 40	.326* 40	.375* 40	.564** 40	1 40	.669** 40
Skor Total	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.582** 40	.724** 40	.522** 40	.529** 40	.506** 40	.667** 40	.582** 40	.663** 40	.736** 40	.574** 40	.551** 40	.423** 40	.398** 40	.476** 40	.548** 40	.594** 40	.435** 40	.614** 40	.617** 40	.669** 40	1 40

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

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

LAMPIRAN 5

HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS

A. LAYANAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.785	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	28.15	16.541	.611	.755
Q2	28.13	15.958	.776	.734
Q3	28.13	16.061	.650	.745
Q4	28.33	17.353	.576	.768
Q5	28.35	16.746	.627	.756
Layanan	15.68	5.046	1.000	.772

B. PERSEPSI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q6	26.40	29.067	.633	.777
Q7	26.70	28.779	.749	.769
Q8	26.50	26.923	.770	.749
Q9	26.75	28.141	.726	.764
Q10	26.40	27.631	.687	.762
Persepsi	14.75	8.603	1.000	.829

C. PROMOSI**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q11	21.10	18.554	.576	.746
Q12	21.03	19.769	.617	.756
Q13	21.15	19.362	.746	.743
Q14	20.90	18.195	.651	.734
Q15	21.35	19.977	.637	.757
Promosi	11.73	5.846	1.000	.752

D. KEPUTUSAN**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q16	27.03	20.076	.505	.745
Q17	26.85	20.387	.566	.741
Q18	26.93	18.892	.651	.717
Q19	27.03	20.538	.596	.741
Q20	26.95	20.818	.669	.740
Keputusan	14.98	6.128	1.000	.705

LAMPIRAN 6

HASIL OUTPUT UJI ASUMSI KLASIK

A. UJI MULTIKOLONIERITAS

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Layanan, Persepsi	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Layanan	.520	1.923
	Persepsi	.516	1.939
	Promosi	.902	1.109

a. Dependent Variable: Keputusan

Coefficient Correlations^a

Model			Promosi	Layanan	Persepsi
1	Correlations	Promosi	1.000	-.113	-.145
		Layanan	-.113	1.000	-.660
		Persepsi	-.145	-.660	1.000
	Covariances	Promosi	.015	-.002	-.002
		Layanan	-.002	.030	-.015
		Persepsi	-.002	-.015	.018

a. Dependent Variable: Keputusan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Layanan	Persepsi	Promosi
1	1	3.946	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.030	11.490	.00	.03	.17	.78
	3	.017	15.212	.55	.01	.36	.21
	4	.007	24.001	.45	.96	.47	.01

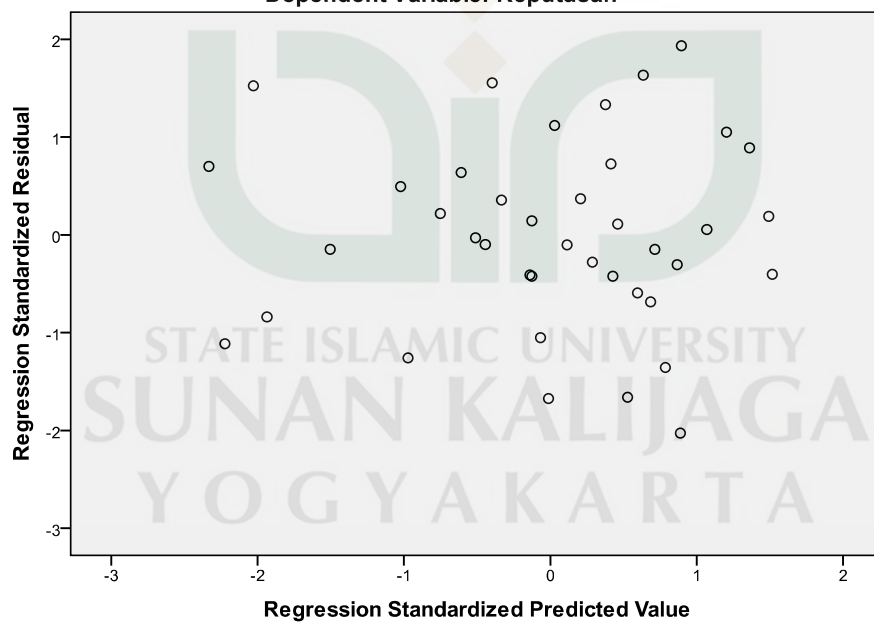
a. Dependent Variable: Keputusan

B. UJI HETEROSKEDASTISITAS

1. GRAFIK PLOT

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan



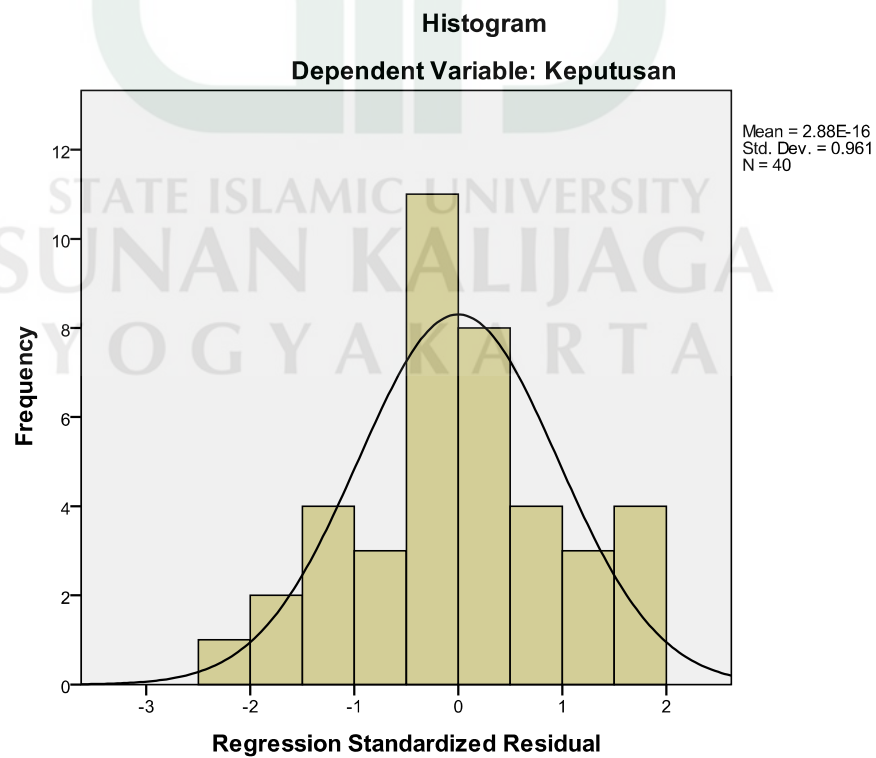
2. UJI PARK GLEYER

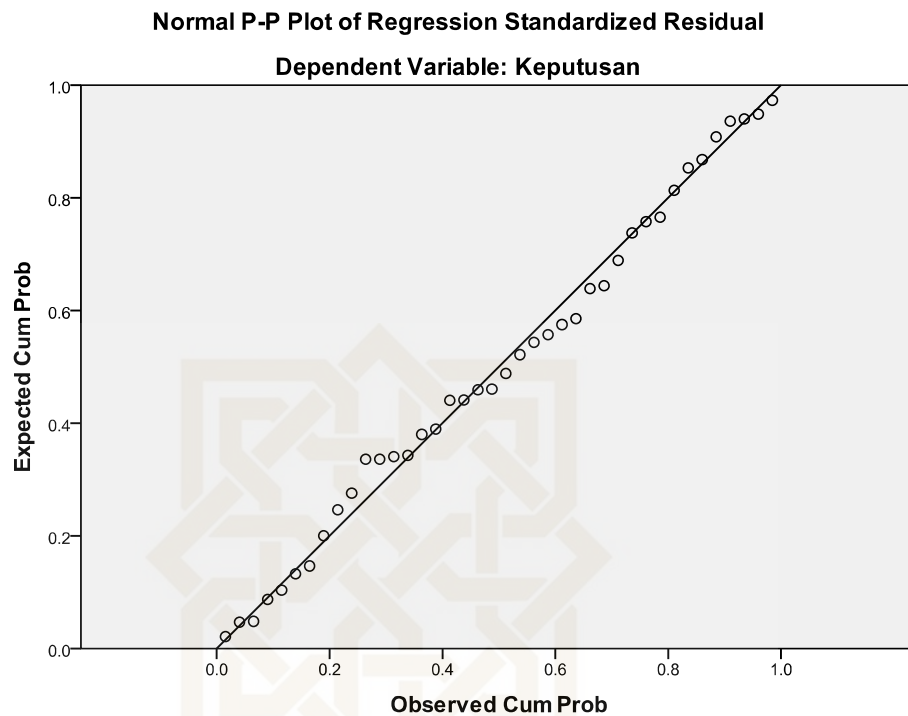
Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.457	1.294		1.126
	Layanan	-.032	.104	-.069	-.305
	Persepsi	.077	.080	.218	.958
	Promosi	-.065	.073	-.152	-.887

a. Dependent Variable: Abs

C. UJI NORMALITAS

1. UJI GRAFIK





2. UJI KOLMOGOROV-SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.69440712
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.061
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.506
Asymp. Sig. (2-tailed)		.960

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

D. UJI LINIERITAS

1. KEPUTUSAN TERHADAP LAYANAN

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Layanan	Between Groups	(Combined)	114.594	9	12.733	3.071	.010
		Linearity	69.181	1	69.181	16.686	.000
		Deviation from Linearity	45.413	8	5.677	1.369	.250
	Within Groups		124.381	30	4.146		
	Total		238.975	39			

2. KEPUTUSAN TERHADAP PERSEPSI

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Persepsi	Between Groups	(Combined)	107.211	12	8.934	1.831	.094
		Linearity	78.950	1	78.950	16.178	.000
		Deviation from Linearity	28.262	11	2.569	.526	.868
	Within Groups		131.764	27	4.880		
	Total		238.975	39			

3. KEPUTUSAN TERHADAP PROMOSI

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Promosi	Between Groups	(Combined)	138.370	9	15.374	4.585	.001
		Linearity	78.440	1	78.440	23.391	.000
		Deviation from Linearity	59.930	8	7.491	2.234	.053
	Within Groups		100.605	30	3.353		
	Total		238.975	39			

LAMPIRAN 7

HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

A. KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.729 ^a	.531	.492	1.764	2.069

a. Predictors: (Constant), Promosi, Layanan, Persepsi

b. Dependent Variable: Keputusan

B. UJI SIMULTAN

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	127.005	3	42.335	13.611	.000 ^a
	Residual	111.970	36	3.110		
	Total	238.975	39			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Layanan, Persepsi

b. Dependent Variable: Keputusan

C. UJI PARSIAL

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.469	2.165		1.141	.262		
	Layanan	.229	.174	.208	1.312	.198	.520	1.923
	Persepsi	.259	.134	.307	1.934	.061	.516	1.939
	Promosi	.435	.123	.424	3.533	.001	.902	1.109

a. Dependent Variable: Keputusan

LAMPIRAN 8

ANALISIS DESKRIPTIF MENGGUNAKAN EXCEL 2007

Kode Usia	Jumlah	Persentase
1	2	5%
2	38	95%
Total	40	100%

Kode Pekerjaan	Jumlah	Persentase
2	8	20%
3	2	5%
4	30	75%
Total	40	100%

Kode Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	15	37.5%
2	25	62.5%
Total	40	100%

Kode Penghasilan Per Bulan	Jumlah	Persentase
1	12	30%
2	17	42.5%
3	7	17.5%
4	3	7.5%
5	1	2.5%
Total	40	100%

Kode Pengeluaran Per Bulan	Jumlah	Persentase
1	8	20%
2	28	70%
3	4	10%
4	0	0%
5	0	0%
Total	40	100%

Kode Asal/Domisili	Jumlah	Persentase
1	11	27.5%
2	25	62.5%
3	2	5%
4	0	0%
5	2	5%
Total	40	100%

Kode ATM yang Digunakan	Jumlah	Persentase
1	15	37.5%
2	0	0%
3	13	32.5%
4	12	30%
Total	40	100%

LAMPIRAN 10

PERTANYAAN PENELITIAN

Pertanyaan penelitian dengan metode wawancara:

1. Berapa jenis kartu ATM yang dimiliki saat ini?
2. Lokasi tempat mesin ATM yang sering dikunjungi?
3. Jenis transaksi yang sering dilakukan dengan menggunakan jaringan ATM Bersama?
4. Motivasi penggunaan jaringan ATM Bersama?
5. Perbedaan ATM Bersama dengan Alto, Prima dan Link?

LAMPIRAN 11

RINGKASAN JAWABAN PENELITIAN

Ringkasan hasil wawancara penelitian

Jumlah responden : 40 orang

1. Berapa jenis kartu ATM yang dimiliki saat ini?

Kartu ATM yang dipunyai ada 1 – 3 kartu ATM dari bank yang berbeda.

2. Lokasi tempat mesin ATM yang sering dikunjungi?

Di ATM Center UIN Sunan Kalijaga dan sekitarnya, di dekat rumah, di bank, di tempat pengisian bahan bakar.

3. Jenis transaksi yang sering dilakukan dengan menggunakan jaringan ATM Bersama?

Mengambil uang, membayar uang kuliah, transfer uang dengan bank lain, pembayaran pembelian online, setor uang dan melihat saldo tabungan.

4. Motivasi penggunaan jaringan ATM Bersama?

Lebih praktis jadi tidak perlu memiliki beberapa rekening bank sekaligus untuk transaksi, kebutuhan mendesak, mesin dengan jaringan ATM Bersama lebih sering dijumpai, mudah dijangkau dan lebih aman untuk berbelanja.

5. Perbedaan ATM Bersama dengan Alto, Prima dan Link?

Tidak ada perbedaan; kegunaan dan fiturnya sama; dan transaksi menggunakan ATM Bersama bias dilakukan di semua bank sedangkan Alto, Prima dan Link hanya pada bank tertentu.



LAMPIRAN 12
CURRICULUM VITAE

Nama : Romzi Indah Cahyani

Tempat Tanggal Lahir : Wonosobo, 30 Agustus 1995

Agama : Islam

Warga Negara : Indonesia

Pekerjaan : Operator

Golongan Darah : O

Status : Belum menikah

Alamat Asal : Jalan S. Parman No. 355 RT 02 RW 0 Semagung,
Pagerkukuh, Wonosobo, Jawa Tengah 56314

Alamat Domisili : Jalan Jati No. 105 RT 02 RW 53 Sambilegi,
Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta 55281

Nama Ibu : Siti Munadhiroh (Almh)

Nama Bapak : Injayanto

Pekerjaan : Purna PNS (Staff Departemen Agama)

Nomor Handphone : 08999695957

Email : romziomzi@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2002 – 2008	SDN 5 Wonosobo
2008 – 2011	SMPN 1 Wonosobo
2011 – 2014	SMAN 2 Wonosobo
2014 – 2018	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pengalaman Organisasi

2012 – 2013	KIR
2012 – 2013	WIDYASENA
2014 – 2015	TDA
2014 – sekarang	KOPMA UIN SUKA

Pengalaman Kerja

Maret 2015 - Desember 2015	Operator di Janti-Net
Juli 2015 - Oktober 2015	Server di Pan! Resto Yogyakarta
Maret 2016 - sekarang	Operator di Trinity-Net

LAMPIRAN 13

DOKUMENTASI





STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA