

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
TERHADAP PENGGUNAAN JASA E-BANKING BANK SYARIAH
(STUDI PADA MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA)**



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

OLEH:

**MUHAMMAD AFIF MA'RUF
15820035**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
TERHADAP PENGGUNAAN JASA E-BANKING BANK SYARIAH
(STUDI PADA MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA)**



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:

**MUHAMMAD AFIF MA'RUF
15820035**

DOSEN PEMBIMBING:

DRS. AKHMAD YUSUF KHOIRUDDIN, SE, M.SI

NIP. 19661119 199203 1 002

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. MarsdaAdisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-634/Un.02/DEB/PP.00.9/07/2019

Tugas akhir dengan judul: **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN JASA E-BANKING BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD AFIF MA'RUF
NIM : 15820035
Telah diujikan pada : Jum'at, 24 Mei 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

Dr. Ibi Satibi, S.H.I., M.Si.
NIP. 19770910 200901 1 001

Penguji II

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

Yogyakarta, 16 Juli 2019

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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



HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Muhammad Afif Ma'ruf

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Muhammad Afif Ma'ruf

NIM : 15820035

Judul Skripsi : "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Jasa E-Banking Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)"

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 16 Mei 2019

Pembimbing,

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, SE, M.Si

NIP. 19661119 199203 1 002

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhaimmad Afif Ma'ruf

NIM : 15820035

Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Jasa E-Banking Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga 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 *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

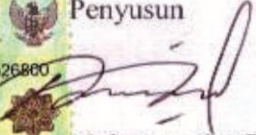
Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 16 Mei 2019



Penyusun


Muhammad Afif Ma'ruf
15820035

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Afif Ma'ruf
NIM : 15820035
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap
Penggunaan Jasa E-Banking Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa UIN
Sunan Kalijaga Yogyakarta)”**

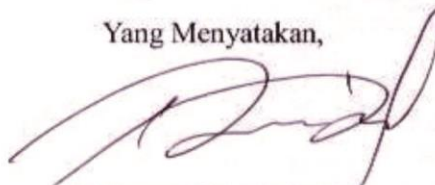
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada Tanggal : 16 Mei 2019

Yang Menyatakan,



(Muhammad Afif Ma'ruf)

MOTTO

***“HIDUP HANYA SEKALI ITU SALAH. KITA HIDUP SETIAP HARI
DAN MATI SEKALI”***



HALAMAN PERSEMBAHAN

Ku Persembahkan Karya Ini Untuk Seluruh Penyemangatku

Allah SWT

Rahmat, rizki dan anugerah dari-Nya

Bapak dan Ibu Tercinta

*Hanya karena ridho Allah maka ada ridhomu, di setiap keajaiban yang terjadi
pada ku karena doa kalian, dan syurga ku berada di bawah telapak kaki mu*

Saudaraku Imadatul Millati dan Keluarga Besarku

*Segala doa dan support kalian adalah sumber kesabaran ku dalam menyelesaikan
skripsi ini*

Teman-Temanku

*Pengalaman yang ku hadapi bersama kalian, baik susah dan senang
perjalanan hidup selama di rantauan ini adalah sesuatu yang akan ku catat
sebagai sejarah dalam hidup ku*

Almamaterku

Ilmu yang kau ajarkan sangat lah bermanfaat bagi ku

Semoga kalian tetap dalam lindungan Allah

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata 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 0543b/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	Ṡā'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	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	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta‘addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang

sudah terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عَلَّة	ditulis	<i>‘illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-aulyā’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fathah	ditulis	<i>A</i>
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa‘ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>Ā</i>
جاهليَّة	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā’ mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā’ mati	ditulis	<i>ī</i>
كَرِيم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فُرُوض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بينكم	ditulis	<i>Ai</i>
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قول	ditulis	<i>au</i>
	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 *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

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

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

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

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Alhamdulillah, atas puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayahnya sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Sholawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul qiyamah*. Aamiin.

Alhamdulillah berkat hidayah dan pertolongan-Nya, penulis dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Jasa E-Banking Bank Syari’ah (Study Pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”. Skripsi ini belum tentu selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang ikut memberi andil dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Perbankan Syariah yang telah membagi ilmunya terhadap penulis selama belajar di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Segenap karyawan yang telah banyak membantu terhadap kelancaran proses belajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Keluargaku tercinta, kedua orang tuaku Ayahanda Darman dan Ibunda Sri Kayatun, serta adekku Milla dan keluarga besar lainnya, yang telah memberikan semangat, doa, serta senantiasa berjasa dalam memberi dukungan pada penulis.
8. Keluarga besar Rayon PMII Ekuilibrium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga terkhusus Ambassador Corp yang telah memberikan banyak pengalaman hidup berorganisasi. Salam Pergerakan!!!
9. DEMA FEBI, SEMA FEBI dan SEMA-U, terimakasih atas proses dan kerjasama selama ini semoga semakin mengudara. AMIN
10. Keluarga besar Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2015.
11. Perbankan Syariah A 2015 yang telah menjadi sahabat terbaik sejak awal perjalanan menempuh perkuliahan.
12. Kepada teman-teman KKN angkatan ke-96, Cabe Lor, Srumbung, Srumbung, Magelang kelompok 281.

13. Kepada sahabat-sahabat saya yang sudah banyak membantu di dalam proses ini (Emon, Rizalu, Ngizat, Hairiza, Masrur, Yola dan Bang Nelyn) dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
14. Isna Adrisiana yang telah menjadi motivator, terimakasih pula atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis hargai. Akhir kata, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 16 Mei 2019

Hormat saya,

Muhammad Afif Ma'ruf

NIM. 15820035

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	9
D. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Telaah Pustaka	12
B. Landasan Teori	14
1. Perilaku Konsumen.....	15
2. Persepsi	18
3. Minat.....	22
4. E-Banking.....	25

5. Produk yang termasuk dalam layanan e-banking	29
C. Kerangka Pemikiran	34
D. Pengembangan Hipotesis.....	34
1. Persepsi	35
2. Produk.....	35
3. Harga	36
4. Tempat	37
5. Promosi.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Sumber Data	39
C. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi	40
2. Sampel	40
D. Metode Pengumpulan Data	42
E. Definisi Operasional	43
1. Variabel Terikat	43
2. Variabel Bebas	43
F. Alat Uji Instrumen Data.....	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas	46
G. Metode Analisis	46
1. Uji Asumsi Klasik.....	46
2. Uji Hipotesis	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Lembaga	51
1. Sejarah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.....	51
2. Visi, Misi dan Tujuan	55
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
1. Karakteristik Umur	57
2. Karakteristik Jenis Kelamin.....	57
3. Karakteristik Fakultas.....	58
4. Karakteristik Semester.....	59
C. Uji Instrumen Data	59
1. Uji Validitas.....	59
2. Uji Reliabilitas.....	61
D. Uji Asumsi Klasik	61
1. Uji Normalitas	61

2. Uji Heteroskedastisitas	64
3. Uji Multikolinearitas.....	65
E. Uji Hipotesis	66
1. Uji Analisis Regresi Berganda	66
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
3. Uji Simultan (Uji F)	68
4. Uji Parsial (Uji T)	68
F. Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	xxiv



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Perilaku Konsumen	16
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	34
Tabel 4.1 Umur Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga.....	57
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga.....	58
Tabel 4.3 Fakultas Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga	58
Tabel 4.4 Semester Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.7 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikoleniaritas	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial.....	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet.....	4
Gambar 1.2 Presentase Kepemilikan Perangkat	6
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas Data	62
Gambar 4.2 Grafik Normal Plot.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Terjemah Ayat dan Hadits.....	xxiii
LAMPIRAN 2. Kuesioner	xxiv
LAMPIRAN 3. Data Jawaban	xxviii
LAMPIRAN 4. Karakteristik Responden	xxxvi
LAMPIRAN 5. Hasil Pengujian.....	xxxix
LAMPIRAN 6. Surat Ijin Penelitian.....	li
LAMPIRAN 7. Data Mahasiswa	lii
LAMPIRAN 8. Dokumentasi	liii
LAMPIRAN 9. Curriculum Vitae	liv



ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi, factor minat (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap minat mahasiswa UIN Sunan Kalijaga dalam penggunaan jasa E-banking bank syariah. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh mahasiswa S1 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 responden. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Seluruh data diolah dan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 24. Hasil penelitian yang diolah dengan program SPSS versi 24 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R square 0,316 atau sebesar 31,6%. Hal ini berarti mampu dijelaskan oleh variabel independen yang meliputi persepsi dan faktor minat sebesar 29%. Sedangkan sisanya ($100\% - 31,6\% = 68,4\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model. Hasil penelitian (Uji T) ini menyatakan variabel tempat tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan jasa E-banking bank syariah. Variabel persepsi, produk, harga dan promosi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa UIN Sunan Kalijaga dalam penggunaan jasa E-banking bank syariah. Hasil (Uji F) menunjukkan bahwa persepsi dan faktor minat secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa UIN Sunan Kalijaga dalam penggunaan jasa E-banking bank syariah.

Kata Kunci: Persepsi, Produk, Harga, Tempat dan Promosi

ABSTRACT

This research is a study that aims to determine the effect of perceptions, interest factors (products, prices, places and promotions) on the interest of State Islamic University Sunan Kalijaga students in the use of Islamic bank E-banking services. In this study the population is all undergraduate students of Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta. The sample used in this study was 100 respondents. Methods of collecting data using the questionnaire method. Data analysis using multiple linear regression. All data were processed and analyzed using SPSS version 24. The results of the research that were processed with the SPSS program version 24 showed that the adjusted R square value was 0.316 or 31,6%. This means that it can be explained by independent variables which include perceptions and interest factors of 31,6%. While the rest ($100\% - 31,6\% = 68,4\%$) is explained by other reasons outside the model. The results of the research (T Test) stated that variable of places did not affect students' interest in using Islamic bank E-banking services. Variable of perceptions, products, prices and promotions have a positive effect on the interest of Sunan Kalijaga State Islamic University students in the use of Islamic bank E-banking services. Results (Test F) show that perceptions and factors of interest simultaneously influence the interest of students of Sunan Kalijaga State Islamic University in the use of Islamic bank E-banking services.

Keywords: Perception, Product, Price, Place and Promotion

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

E-Banking adalah sarana strategi baru pada sektor perbankan global untuk menarik nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah dibidang pelayanan jasa keuangan (Himani Sharma: 2011). E-Banking mempermudah perbankan dalam memberikan pelayanan prima tanpa batas waktu dan tanpa terkendala ruang. E-Banking diciptakan untuk mempermudah transaksi dan mengurangi beban kerja perbankan serta meningkatkan mutu layanan berbasis teknologi dan informasi.

E-Banking memberikan tantangan bagi para pelaku industri perbankan dengan menyediakan arena kompetisi baru dalam dunia industri perbankan. Kemudahan dan kemutakhiran dari teknologi yang digunakan dan kenyamanan dalam bertransaksi menjadi variabel kompetisi baru dalam dunia perbankan untuk menarik minat preferensi nasabah dalam memilih bank yang akan digunakan dalam transaksional keuangan sehari-hari, akan tetapi yang menjadi tantangan utama dan sesungguhnya dalam E-Banking adalah bagaimana sebuah perbankan memasarkan E-Banking dan membuat para nasabah bertransformasi dalam menggunakan E-Banking yang sebelumnya menggunakan Channel Konvensional (Branch Delivery) dalam bertransaksi. (G. Shiva Krishna;2012). E-Banking merupakan layanan keuangan berbasis elektronik dengan memanfaatkan kemajuan informasi dan teknologi.

E-Banking membuat paradigma baru pada persaingan industri perbankan di seluruh dunia. E-Banking menawarkan metode baru dalam bertransaksi baik dalam memberikan kemudahan maupun kenyamanan. Adanya E-Banking diawali dengan basis informasi dan teknologi yang diadopsi dalam industri perbankan guna mempermudah dan memberikan kenyamanan dalam transaksi keuangan.

E-Banking memiliki dua jenis yakni jenis E-Banking berbasis konvensional channel (ATM, EDC, ATM Non Tunai, CDM) dan E-Banking berbasis personal channel atau perangkat piranti bertransaksi yang dimiliki individu nasabah (Internet Banking dan Mobile Banking). Menurut Maryanto Supriyono (2010:65) kemajuan pesat teknologi komputer baik perangkat keras, perangkat lunak, system host to host, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan E-Banking mengalami lompatan besar, transaksi bank menjadi mudah, cepat dan real time tanpa ada batasan waktu dan tempat. Transaksi E-Banking dapat dilakukan di mana saja, di belahan bumi manapun, selama ada jaringan layanan data dan dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta real time.

Menurut Thoha (1993 : 152) yang dimaksud dengan persepsi adalah suatu proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan,

pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Sedangkan menurut Kotler (2003:216) adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

Minat secara umum merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan atau memilih barang atau jasa untuk memenuhi suatu kebutuhan. Slamet (2010:180) menyatakan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Untuk itu minat terhadap penggunaan E-Banking Bank Syari'ah pun perlu dikaji untuk mengetahui beberapa faktor yang menjadi faktor penentu untuk memilih dalam penggunaan jasa e-banking syariah. Faktor minat pada konsumen tentu tidak lepas dari bauran pemasaran yang dilakukan oleh Perbankan syariah penyedia jasa E-Banking Bank Syari'ah.

Faktor-faktor dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk jasa tentu tentang bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2003:78) yaitu 4P: Product (produk), Price (harga), Place (saluran distribusi), Promotion (promosi). Dalam perusahaan jasa bauran pemasaran juga biasa dijadikan indikator untuk tetap dapat bersaing dengan perusahaan jasa lainnya termasuk pada jasa E-Banking Bank Syari'ah.

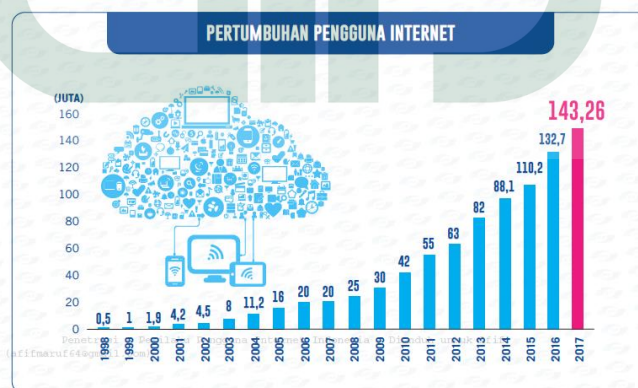
Perbankan syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang memiliki pengaruh besar dalam roda perekonomian masyarakat. Bank adalah sebuah lembaga bagi masyarakat untuk menyimpan uang dan juga dapat menjadi tempat peminjaman uang disaat masyarakat membutuhkan.

Seiring dengan berjalannya waktu, bank telah menjadi sebuah kebutuhan hidup manusia.

Sistem teknologi informasi telah berkembang dengan sangat pesatnya, dimulai pada era akutansi tahun 1950, berubah menjadi era operasional mulai tahun 1960, kemudian berubah lagi menjadi era informasi tahun 1990-an bergerak lagi menjadi era jaringan global.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. Pada khususnya model ini akan membahas tentang bagaimana masyarakat akan menerima atau menolak dengan teknologi e-banking. Dengan adanya pertumbuhan pemakai internet di Indonesia semakin naik setiap tahun, maka peluang dalam pemakaian e-banking diperkirakan akan semakin meningkat pula.

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet



Sumber: Hasil Survey APJII, 2017

Perkembangan teknologi informasi memang tak mungkin dibendung, karena manfaat yang ditawarkan sangat membantu kehidupan manusia. Pemanfaatan secara eksistensif teknologi informasi dalam bisnis akan mengubah proses bisnis itu sendiri. Bila di masa lalu transaksi bisnis dilakukan berdasarkan data di atas kertas, dengan teknologi informasi transaksi bisnis dilaksanakan melalui jalan raya elektronik dengan memanfaatkan Electronic Commerce (E-Commerce), Electronic Fund Transfer (EFT), Electronic Data Interchange (EDI) dan Shared Databasen

Penerapan layanan perbankan elektronik (e-banking) yang berkualitas merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan perbankan untuk menghimpun dana dari nasabah dewasa ini. Serta mampu menciptakan diferensiasi dan sanggup membidik segmen pasar dengan biaya yang murah. Apalagi bagi industri perbankan, yang selalu mengedepankan kualitas pelayanan jasa sebagai daya tarik bagi konsumen. Penggunaan teknologi informasi (TI) harus mampu menciptakan nilai (value) untuk pelanggan baik internal maupun eksternal. Artinya, persepsi keberhasilan penerapan TI dimata pelanggan atau nasabah jauh lebih penting daripada di mata vendor, konsultan, dan pihak manajemen sendiri.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan, secara data dan pengguna e-banking cukup meyakinkan. Di mana jumlah pengguna e-banking (SMS banking, phonebanking, mobile banking, dan internet banking) meningkat 270%, dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Sementara frekuensi transaksi pengguna e-banking

meningkat 169%, dari 150,8 juta transaksi pada 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada 2016. Pertumbuhan pesat digital banking tersebut sudah direspons perbankan dengan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dengan menyediakan produk dan layanannya yang semakin beragam, sekaligus meningkatkan efisiensi dan daya saing industri perbankan¹.

Gambar 1.2 Presentase Kepemilikan Perangkat



Sumber: Hasil Survey APJII, 2017

E-Banking Bank Syari'ah merupakan salah satu produk dari Bank Syariah yang ada di dunia perbankan, dimana system kerjanya tidak berbeda dengan E-Banking di Bank Konvensional, namun dalam hal biaya administrasi dan perspektif masing-masing nasabah berbeda dalam minat ataupun penggunaannya. Di era sekarang bank Syariah banyak tantangan dalam hal pengembangan terutama dikalangan Mahasiswa, termasuk dalam hal jasa untuk menunjang kepuasan atau kemudahan nasabahnya.

¹ <https://ekbis.sindonews.com/read/1172393/178/pengguna-e-banking-meningkat-tajam-1484822191> diakses pada 28 Mei 2018 15.05 WIB

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai universitas negeri berbasis Islam yang mana dalam keseharian atau pembelajaran harus mengintegrasikan ilmu umum dan ilmu agama, termasuk dalam bertransaksi menggunakan Jasa Perbankan. Universitas ini memiliki delapan fakultas yaitu Ekonomi dan Bisnis Islam, Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Ilmu Sosial dan Humaniora, Dakwah dan Komunikasi, Adab dan Ilmu Budaya, Syariah dan Hukum, Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Sains dan Teknologi. Alasan dipilihnya studi kasus pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga adalah karena pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga mempunyai potensi penggunaan E-Banking Bank Syariah sangat tinggi, mengingat minimal sekali dalam setiap semesternya, mahasiswa menggunakan jasa perbankan dalam rangka pembayaran uang kuliah. Maka berdasarkan pada uraian tersebut, penelitian ini akan menganalisis pengaruh persepsi faktor minat mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syariah.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Jasa E-Banking Bank Syari'ah (Study Pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syari'ah?
- b. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syari'ah?
- c. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syari'ah?
- d. Bagaimana pengaruh tempat terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syari'ah?
- e. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syari'ah?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui npengaruh persepsi terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syari'ah?
- b. Mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syari'ah?
- c. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syari'ah?
- d. Mengetahui pengaruh tempat terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syari'ah?

- e. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa E-Banking Bank Syari'ah?

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dan memperkaya khasanah ilmiah serta sebagai bahan tambahan pustaka terutama tentang persepsi dan minat Mahasiswa di UIN Sunan Kalijaga terhadap jasa E-Banking Bank Syari'ah.

b. Secara praktis

1) Bagi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Manfaat penelitian ini yaitu menambah daftar referensi dan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dikemudian hari. Dengan penelitian ini diharapkan menjadi tolok ukur dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

2) Bagi Bank Syariah penyedia jasa E-Banking

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi Bank Syariah untuk mengembangkan cara pemasaran dan faktor *mix market* agar mahasiswa lebih tertarik dengan jasa E-Banking Bank Syari'ah.

3) Bagi peneliti selanjutnya

Memberikan gambaran dan informasi yang bermanfaat mengenai persepsi dan minat mahasiswa terhadap penggunaan jasa

E-Banking Bank Syari'ah. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi pada penelitian selanjutnya.

D. Sistematika Penulisan

Bab I berisi pendahuluan yang memuat latar belakang diangkatnya judul penulisan ini dan fenomena-fenomena yang menyertainya. Selain itu, pada bab ini juga dijelaskan tentang rumusan masalah yang dijawab melalui hasil penelitian serta tujuan, manfaat dan sistematika pembahasan yang menjelaskan secara singkat isi dari tulisan yang disusun.

Bab II berisi tentang teori-teori yang digunakan atau melandasi variabel-variabel dalam penelitian skripsi. Dalam bab ini memuat teori-teori terkait variabel-variabel yang digunakan, serta kerangka pikir dan hipotesis penelitian.

Bab III memaparkan metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui hasil dan hubungan dari variabel independen dan dependen. Di samping itu, bab ini juga memaparkan tentang populasi dan sampel, sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data yang akan digunakan.

Bab IV berisi tentang hasil dan pembahasan setelah dilakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang dilibatkan. Hasil dari penelitian ini berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik serta pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil analisa data.

Bab V berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, bab ini juga memuat saran-saran yang dapat digunakan sebagai

bahan pertimbangan baik untuk peneliti selanjutnya maupun masyarakat pada umumnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pada bab-bab sebelumnya, penelitian ini melahirkan beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Persepsi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan e-Banking Bank Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,866 < 1,985$). Adapun nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ($0,005 > 0,05$).
2. Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan e-Banking Bank Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,167 < 1,985$). Adapun nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ($0,033 > 0,05$).
3. Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan e-Banking Bank Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,756 < 1,985$). Adapun nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ($0,007 > 0,05$).
4. Tempat tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan e-Banking Bank Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($-0,661 < 1,985$). Adapun nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 ($0,510 > 0,05$).
5. Promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan e-Banking Bank Syariah. Hal ini dapat dilihat dari

nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,632 < 1,985$). Adapun nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ($0,010 > 0,05$).

B. Saran

Dari beberapa kesimpulan di atas, penelitian ini juga memiliki saran yaitu:

1. Penelitian ini hanya menggunakan populasi mahasiswa S1 UIN Sunan Kalijaga sehingga diharapkan penelitian selanjutnya untuk dapat memperluas wilayah cakupan seperti menambahkan populasi dosen UIN Sunan Kalijaga, Mahasiswa S2/S3 UIN Sunan Kalijaga atau bahkan lebih memperluas populasi menjadi mahasiswa S1, S2, S3 dan dosen UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sehingga akan didapat hasil penelitian yang tingkat generalisasinya lebih tinggi.
2. Persepsi, Produk, Harga, Tempat dan Promosi bukanlah semata-mata faktor minat yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa atau nasabah muslim untuk memilih dalam penggunaan e-Banking Bank Syariah, masih terdapat faktor-faktor yang lainnya di luar model ini.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Depag RI. 2009. *Mushaf Alqur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar

Buku

- Akdon dan Riduan. 2005, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*, Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Sanusi. 1993, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta. Jakarta.
- , 2013, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmono, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi II, BPFE-Yogyakarta.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. 2015. *Menulis Skripsi/Tesis Dalam 60 Hari*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lupiyoadi Ramabat. 2014. *Pemasaran Jasa*. Banten: Universitas Terbuka
- Marzuki. 1983. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Fak. Ekonomi, UII
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ilmu Ekonomu Islam*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Nasution, Rozaini,. 2003. *Teknik Sampling*, Medan: Digital Library USU
- Nawawi, H. 1995. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nitisusarto, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Kewirausahaan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Reksohadirojo, Sukanto dan Karseno, A.R. 1985. *Ekonomi Perkotaan*, Penerbit: BPFE-Yogyakarta
- Ririn Tri Ratnasari, Mastuti H. Aksa. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 1, Bogor: Ghalia Indonesia
- Shihab, Quraish. 2002. *Pesan, kesan, dan keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- Slamet. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- , 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

- Supriyono, Maryanto, 2010. *Pengaruh Kualitas Jasa Internet Banking Terhadap Kepuasan Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tampubolon, 1991. *Mengembangkan Minat dan Kebiasaan Membaca*. Bandung: Angkasa
- Thoha, M. 1993. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.

Jurnal dan Skripsi

- Akbar, Harfiz & Haroni Doli H. Ritonga, 2013. *Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No.2.
- Bisri & Herlin Widiyasiwi S. 2018. *Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Cinere)*. Jurnal Moneter, Vol. V, No. 1.
- Nelvi, Neneng. 2015. *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta)*, Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga.
- Rouf, Abdul. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang*. Semarang: Skripsi Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo.
- Syaribulan. 2018. *Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Ditabungan Tampan, bank SulSelBar*. Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS) Vol.5, No. 1
- Zamroni & Wahibur Rokhman. 2016. *Pengaruh Marketing Mix dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus*. Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah Volume 4, No 1.
- Zuhirsyan, Muhammad & Nurlinda. 2018. *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih bank Syariah*. Jurnal Al Amwal, Volume 10, No 1

Website

- <https://apjii.or.id/survei2017> diakses pada 27 Mei 2018, pukul 10.48 WIB
- <https://ekbis.sindonews.com/read/1172393/178/pengguna-e-banking-meningkat-tajam-1484822191> diakses pada 28 Mei 2018, pukul 15.05 WIB
- <https://www.ojk.go.id/Files/box/buku%20bijak%20ber-ebanking.pdf>, diakses pada 30 Maret 2019, pukul 11.04 WIB
- <https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-283#> diakses pada 01 April 2019, pukul 22.13 WIB
- <http://www.uin-suka.ac.id/id/page/universitas/59-sejarah> diakses pada 02 April 2019, pukul 01.24 WIB
- <http://www.uin-suka.ac.id/id/page/universitas/60-Visi-misi-tujuan> diakses pada 02 April 2019, pukul 02.17 WIB

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Terjemah Q.S. Al-Baqoroh ayat 283:

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Al Baqarah: 283)

Terjemah surah Al-Kahfi ayat 19:

Dan demikianlah Kami bangunkan mereka agar mereka saling bertanya di antara mereka sendiri. Berkatalah salah seorang di antara mereka: Sudah berapa lamakah kamu berada (disini?). Mereka menjawab: "Kita berada (disini) sehari atau setengah hari". Berkata (yang lain lagi): "Tuhan kamu lebih mengetahui berapa lamanya kamu berada (di sini). Maka suruhlah salah seorang diantara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik maka hendaklah ia membawa itu untukmu, dan hendaklah ia berlaku lemah lembut dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seorangpun.

LAMPIRAN 2

KODE:

INSTRUMEN PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN JASA E-BANKING BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA)

A. INFORMASI UMUM

Nama	
Tanggal Wawancara	____/____/____
Waktu	Mulai : Pukul ____ Berakhir : Pukul ____

B. DATA NARASUMBER

Umur	
Jenis Kelamin	
NIM	
Fakultas	
Jurusan/Semester	

C. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

1. Mohon, kesedian Saudara/i untuk menjawab pernyataan yang disediakan
2. Berilah tanda $\surd$ pada kolom sesuai dengan keadaan yang sebenarnya
3. Setiap pernyataan mengharapkan hanya ada satu jawaban.
4. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Saudara/i.
5. Skor/Nilai jawaban adalah sebagai berikut :

SS	= Sangat Setuju	Diberi Skor 4
S	= Setuju	Diberi Skor 3
TS	= Tidak Setuju	Diberi Skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	Diberi Skor 1

D. VARIABEL INDEPENDENT PERSEPSI

NO.	Pernyataan XI (Persepsi)	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya akan menggunakan jasa E-Banking Bank Syariah karena mempunyai komitmen dalam mempermudah dalam bertransaksi				
2	Saya akan menggunakan jasa E-Banking Bank Syariah karena berlandaskan Al-Quran dan Sunnah (sesuai syariat Islam)				
3	Saya akan menggunakan jasa E-Banking Bank Syariah karena ada jaminan PIN/Password keamanan dari pihak perbankan				
4	Saya akan menggunakan jasa E-Banking Bank Syariah karena presentasi dari pegawai perbankan syariah mampu menciptakan kepercayaan kepada nasabah				
5	Saya akan menggunakan jasa E-Banking Bank Syariah karena nasabah dapat menyampaikan keluhan kepada perbankan syariah secara mudah				

E. VARIABEL INDEPENDENT MINAT

NO.	Pernyataan X2 (Minat)	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
A	Produk (Product)				
1	Saya akan menggunakan jasa di perbankan (e-Banking Syariah) karena mutu jasa/produk tersebut				
2	Saya akan menggunakan E-banking Bank Syariah karena ciri khas jasa tersebut terutama di penerapan prinsip syariahnya				
3	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah karena jenis layanan dalam e-banking bank Syariah sangat lengkap				

4	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah karena desain dalam layanan aplikasi/web e-banking bank syariah sangat menarik				
5	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah karena jasa tersebut memiliki jaminan dan kualitas keamanan yang sangat baik				
B	Harga (Price)				
1	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah karena pertimbangan biaya administrasi jasa tersebut				
2	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah karena biaya administrasi yang ditawarkan oleh bank syariah terjangkau oleh nasabah				
3	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah karena informasi biaya administrasi e-banking bank syariah dijelaskan secara lengkap oleh pegawai				
4	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah karena jasa tersebut menawarkan penawaran menarik dalam transaksi				
5	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah bukan karena faktor biaya administrasi, tetapi manfaat yang saya rasakan				
C	Tempat (Place)				
1	Menurut saya lokasi perbankan syariah mudah dijangkau				
2	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah karena jarak lokasi perbankan syariah mudah dijangkau atau kemudahan penggunaan e-banking Bank Syariah				
3	Perusahaan penyedia e-banking bank syariah memiliki banyak kantor				
4	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah karena E-banking bank Syariah dapat diakses dimana saja dan kapan saja				
5	Tampilan yang disuguhkan dalam e-banking bank Syariah akan menarik saya untuk menggunakan jasa/produk tersebut				
D	Promosi (Promotion)				
1	Iklan yang dilakukan perbankan syariah akan menjadikan saya lebih tertarik untuk menggunakan jasa e-banking bank syariah				

2	Publisitas perbankan syariah tentang e-banking syariah baik secara online maupun offline sudah menarik				
3	Saya akan menggunakan E-Banking Bank Syariah jika hubungan antara karyawan dan nasabah dijaga baik oleh perusahaan				
4	Iklan yang disampaikan oleh perusahaan mudah diingat				
5	Pemberian hadiah pada masa kegiatan promosi e-banking bank Syariah akan lebih menarik saya untuk menggunakan jasa/produk tersebut				

F. VARIABEL DEPENDENT

NO.	Pernyataan Y (E-Banking Bank Syariah)	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya akan menggunakan jasa e-banking bank syariah karena menurut saya perbankan syariah merupakan Lembaga keuangan yang berdasarkan syariat Islam				
2	Saya akan menggunakan jasa e-banking bank syariah karena persyaratan yang mudah dan sesuai syariat islam (bebas riba)				
3	Saya akan menggunakan jasa e-banking bank syariah karena kebutuhan saya				
4	Saya akan menggunakan jasa e-banking bank syariah karena saya ingin mengimplementasikan ilmu fiqh muamalah yang saya pelajari				
5	Saya akan menggunakan jasa e-banking bank syariah karena ada jaminan keamanan dalam penggunaannya				

LAMPIRAN 3

Data Jawaban

Persepsi (X1)					
NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
1	3	4	4	4	2
2	4	4	3	4	3
3	4	3	4	4	3
4	4	4	3	4	4
5	3	2	2	3	3
6	4	3	4	4	4
7	4	3	4	4	3
8	4	4	4	3	4
9	4	4	3	4	4
10	4	4	4	3	4
11	4	3	4	3	4
12	4	4	3	4	4
13	4	3	3	3	4
14	4	4	4	4	4
15	2	3	2	3	3
16	4	3	4	4	3
17	3	2	4	2	3
18	4	3	4	3	3
19	4	3	3	4	3
20	3	4	4	3	4
21	3	4	2	4	3
22	3	2	2	3	3
23	3	4	4	3	4
24	4	4	4	3	4
25	3	3	3	3	3
26	4	3	3	4	4
27	3	4	3	4	4
28	3	4	4	4	3
29	3	3	2	4	3
30	4	3	4	4	4
31	3	4	4	3	4
32	4	3	4	4	4
33	3	4	2	3	3
34	3	3	4	4	3
35	3	4	3	4	3

Produk (X2)					
NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
1	3	2	2	2	3
2	4	3	4	4	4
3	4	3	4	4	3
4	3	3	4	4	3
5	3	3	4	4	3
6	4	3	4	4	4
7	3	4	3	4	4
8	3	3	3	3	3
9	4	3	4	4	4
10	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	3
12	4	4	3	3	3
13	3	3	3	3	3
14	4	4	4	4	4
15	4	3	4	4	4
16	3	4	3	4	4
17	3	3	3	2	3
18	3	3	4	4	3
19	3	4	4	3	4
20	3	4	4	4	3
21	3	3	2	3	3
22	3	4	4	4	3
23	2	3	3	3	1
24	4	4	4	3	4
25	2	2	4	4	3
26	3	4	4	4	4
27	4	3	4	4	4
28	3	2	3	3	2
29	4	3	4	4	4
30	3	4	4	4	3
31	4	3	1	2	3
32	3	4	3	4	3
33	2	3	3	2	2
34	3	3	4	4	3
35	4	4	3	3	4

36	4	3	3	4	3
37	3	3	3	3	3
38	3	3	3	2	3
39	3	3	4	4	3
40	3	4	4	3	4
41	3	4	4	4	3
42	3	3	2	3	3
43	3	4	4	4	3
44	2	3	3	3	1
45	4	3	3	4	3
46	1	3	2	3	2
47	3	4	3	3	4
48	4	3	3	2	3
49	3	4	3	4	4
50	2	3	3	2	2
51	3	2	4	2	3
52	4	3	4	3	3
53	4	3	3	4	3
54	3	4	4	3	4
55	3	4	2	4	3
56	4	3	3	3	4
57	4	2	3	3	4
58	3	4	4	4	4
59	3	4	3	3	3
60	4	4	3	3	4
61	3	3	4	3	4
62	4	3	1	3	3
63	3	4	3	3	3
64	3	3	4	3	4
65	3	4	3	4	3
66	3	3	3	2	3
67	3	3	4	4	3
68	3	4	4	3	4
69	3	4	4	4	3
70	3	3	2	3	3
71	3	4	4	4	3
72	2	3	3	3	1
73	4	4	4	4	3
74	3	3	2	4	2
75	4	4	3	3	4
76	4	3	4	4	4

36	2	4	3	4	4
37	4	4	4	2	3
38	3	2	3	3	3
39	2	3	3	4	4
40	3	4	3	4	3
41	3	4	3	4	4
42	2	3	3	3	3
43	4	3	4	4	3
44	3	3	4	3	3
45	3	4	3	2	3
46	4	4	4	4	4
47	4	3	4	3	3
48	4	3	4	3	3
49	3	3	3	3	3
50	3	4	4	3	4
51	4	4	4	3	4
52	3	3	3	3	3
53	4	3	3	4	4
54	3	3	4	3	3
55	3	4	3	4	4
56	3	4	3	3	3
57	3	3	2	4	3
58	4	3	4	4	4
59	3	4	4	3	4
60	4	3	4	4	4
61	3	4	2	3	3
62	3	3	3	4	3
63	3	4	3	4	3
64	4	3	3	4	3
65	3	3	3	3	3
66	4	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3
68	4	4	4	3	3
69	4	3	3	3	3
70	3	2	2	2	4
71	3	4	3	3	4
72	4	3	3	4	3
73	1	3	2	3	2
74	3	4	3	4	4
75	4	3	3	2	3
76	3	4	3	4	4

77	4	4	4	4	3
78	2	3	3	2	2
79	3	2	4	2	3
80	4	3	4	3	3
81	4	3	3	4	3
82	3	4	4	3	4
83	3	4	2	4	3
84	3	2	2	3	3
85	3	3	3	4	3
86	3	3	4	4	4
87	3	3	3	3	3
88	4	3	4	3	3
89	4	3	4	3	3
90	3	3	3	3	3
91	3	4	4	3	4
92	4	4	4	3	4
93	3	3	3	3	3
94	4	3	3	4	4
95	3	3	4	3	3
96	3	4	3	4	4
97	3	4	3	3	3
98	3	3	2	4	3
99	4	3	4	4	4
100	3	4	4	3	4

77	2	3	3	2	2
78	3	2	4	2	3
79	4	3	4	3	3
80	4	3	3	4	3
81	3	4	4	3	4
82	3	4	2	4	3
83	3	2	2	3	3
84	3	3	3	4	3
85	3	3	4	4	4
86	3	3	3	3	3
87	3	2	3	2	3
88	3	4	4	4	4
89	4	3	3	3	3
90	3	2	2	2	3
91	3	4	4	4	4
92	4	4	3	3	4
93	2	3	2	2	2
94	3	3	3	3	3
95	2	2	2	2	2
96	4	3	3	4	3
97	3	3	3	3	3
98	2	2	2	2	2
99	4	3	3	4	4
100	3	3	3	4	3

Harga (X3)					
NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
1	2	3	4	2	2
2	4	4	3	4	3
3	4	4	3	4	4
4	3	4	4	3	3
5	3	4	4	3	4
6	4	4	3	3	4
7	4	2	3	3	1
8	3	3	3	3	3
9	4	3	4	2	4
10	3	3	3	3	3
11	4	3	4	4	4
12	3	3	2	2	3
13	3	3	4	3	2

Tempat (X4)					
NO	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5
1	3	4	4	3	4
2	4	4	4	3	4
3	4	3	4	4	3
4	4	3	4	4	4
5	3	2	2	3	3
6	3	2	3	2	3
7	3	3	3	2	3
8	4	3	3	4	4
9	4	4	3	4	4
10	3	3	3	3	3
11	4	3	4	3	4
12	4	4	3	4	4
13	4	3	3	3	4

14	4	3	4	4	4
15	4	4	4	3	4
16	4	3	3	4	4
17	3	4	3	4	4
18	3	4	4	4	3
19	3	3	2	4	3
20	4	3	4	4	4
21	3	4	4	3	4
22	4	3	4	4	4
23	3	4	2	3	3
24	3	3	4	4	3
25	3	4	3	4	3
26	4	3	3	4	3
27	3	3	3	3	3
28	4	4	4	4	4
29	4	3	4	3	3
30	4	3	4	3	3
31	3	3	3	3	3
32	3	4	4	3	4
33	4	4	4	3	4
34	3	3	3	3	3
35	4	3	3	4	4
36	3	3	4	3	3
37	3	4	3	4	4
38	3	4	3	3	3
39	3	3	2	4	3
40	4	3	4	4	4
41	3	4	4	3	4
42	4	3	4	4	4
43	3	4	2	3	3
44	3	3	3	4	3
45	3	4	3	4	3
46	4	3	3	4	3
47	3	3	3	3	3
48	4	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3
50	4	4	4	3	3
51	4	3	3	3	3
52	3	2	2	2	4
53	3	4	3	3	4
54	4	3	3	4	3

14	4	4	4	4	4
15	3	2	2	3	3
16	4	3	4	4	3
17	3	3	4	3	4
18	3	4	3	2	3
19	4	4	4	3	4
20	4	3	4	3	3
21	4	3	4	4	3
22	3	3	3	3	3
23	3	4	4	3	4
24	4	4	4	3	4
25	3	3	3	3	3
26	4	3	3	4	4
27	3	3	4	3	3
28	3	4	3	4	4
29	3	4	3	3	3
30	3	3	2	4	3
31	4	4	4	3	4
32	3	4	4	3	4
33	4	3	4	4	4
34	3	4	2	3	3
35	3	3	3	4	3
36	3	4	3	4	3
37	4	3	3	4	3
38	3	3	3	3	3
39	4	3	3	3	3
40	3	3	3	3	3
41	4	4	4	3	3
42	4	3	3	3	3
43	3	2	2	2	4
44	3	4	3	3	4
45	4	3	3	4	3
46	1	3	2	3	2
47	3	4	3	3	4
48	4	3	3	2	3
49	3	4	3	4	4
50	2	3	3	2	2
51	3	2	4	2	3
52	4	3	4	3	3
53	4	3	3	4	3
54	3	4	4	3	4

55	1	3	2	3	2
56	3	4	3	3	4
57	4	3	3	2	3
58	3	4	3	4	4
59	2	3	3	2	2
60	3	2	4	2	3
61	4	3	4	3	3
62	4	3	3	4	3
63	3	4	4	3	4
64	3	4	2	4	3
65	3	3	4	3	4
66	2	2	3	2	3
67	4	4	3	3	3
68	3	2	3	3	2
69	3	3	3	3	2
70	3	3	3	3	3
71	3	4	4	3	4
72	4	4	4	3	4
73	4	4	3	4	3
74	3	2	4	2	3
75	4	3	4	3	3
76	4	3	3	4	3
77	3	4	4	3	4
78	3	4	2	4	3
79	3	2	2	3	3
80	4	3	2	2	2
81	4	3	4	4	2
82	3	3	4	4	4
83	2	3	4	4	3
84	3	3	4	4	3
85	4	3	4	4	4
86	4	4	3	3	3
87	3	4	4	4	3
88	3	3	2	2	2
89	3	3	2	2	1
90	3	3	2	3	2
91	4	3	4	4	3
92	3	4	3	4	4
93	3	3	4	4	2
94	3	3	3	3	3
95	2	2	2	2	2

55	3	4	2	4	3
56	3	4	3	4	3
57	4	2	3	3	4
58	3	4	4	4	4
59	3	4	3	3	3
60	4	4	3	3	4
61	3	3	4	3	4
62	4	3	1	3	3
63	3	4	3	3	3
64	3	3	4	3	4
65	3	4	3	4	3
66	4	4	2	3	4
67	3	4	4	4	3
68	3	4	4	4	3
69	4	3	4	4	3
70	2	3	3	2	2
71	3	3	3	3	3
72	4	3	2	3	4
73	4	4	4	4	3
74	3	3	4	4	2
75	4	4	3	3	4
76	4	3	4	4	4
77	4	4	4	4	3
78	3	3	3	3	2
79	4	4	4	3	3
80	3	4	4	3	2
81	4	3	4	4	3
82	2	2	3	4	2
83	3	3	2	2	3
84	3	3	3	3	3
85	4	3	4	4	4
86	3	4	3	2	3
87	4	4	4	4	4
88	4	3	4	3	3
89	4	3	4	3	3
90	4	3	3	2	3
91	3	4	4	3	4
92	4	4	4	3	4
93	3	3	3	3	3
94	4	3	3	4	4
95	3	3	4	3	3

96	3	3	4	4	3
97	4	3	4	3	2
98	2	2	2	2	2
99	3	3	4	3	3
100	3	3	4	3	3

96	3	2	2	3	3
97	3	2	3	2	3
98	3	3	3	2	3
99	4	3	3	4	4
100	4	4	3	4	4

Promosi (X5)					
NO	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5
1	2	3	3	3	4
2	3	4	3	3	4
3	4	3	4	4	4
4	3	3	4	4	3
5	4	3	3	3	3
6	2	4	4	4	4
7	3	4	4	4	3
8	3	4	3	3	3
9	4	4	3	3	4
10	3	4	4	2	3
11	4	4	4	4	4
12	4	3	4	4	3
13	4	3	4	4	3
14	3	4	3	4	3
15	3	4	4	3	4
16	4	4	4	3	4
17	3	3	3	3	3
18	4	4	4	4	4
19	2	3	2	3	3
20	4	3	4	4	3
21	3	2	4	2	3
22	4	3	4	3	3
23	4	3	3	4	3
24	3	4	4	3	4
25	4	3	4	4	4
26	3	4	2	3	3
27	3	3	4	4	3
28	3	4	3	4	3
29	4	3	3	4	3
30	3	3	3	3	3
31	4	3	4	4	3
32	3	4	4	3	3

Minat (Y)					
NO	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	X6.5
1	3	4	3	2	3
2	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3
4	4	3	4	3	3
5	3	3	3	3	3
6	3	4	4	3	4
7	4	4	4	3	4
8	3	3	3	3	3
9	4	3	3	4	4
10	3	3	4	3	3
11	3	4	3	4	4
12	3	4	3	3	3
13	3	3	2	4	3
14	4	3	4	4	4
15	3	4	4	3	4
16	4	3	4	4	4
17	3	4	2	3	3
18	3	3	3	4	3
19	3	4	4	4	3
20	4	3	3	4	3
21	3	3	3	4	4
22	4	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3
24	4	4	4	3	3
25	4	3	3	3	3
26	3	2	2	2	4
27	3	4	3	3	4
28	4	3	3	4	3
29	1	3	2	3	2
30	3	4	3	3	4
31	4	3	3	2	3
32	3	4	3	4	4

33	4	4	4	3	3
34	4	3	3	3	3
35	3	2	2	2	4
36	3	4	3	3	4
37	4	3	3	4	3
38	1	3	2	3	2
39	3	4	3	3	4
40	4	3	3	2	3
41	3	4	3	4	4
42	2	3	3	2	1
43	3	2	4	2	3
44	4	3	4	3	3
45	4	3	3	4	3
46	3	2	4	2	4
47	3	4	2	4	3
48	4	3	2	4	2
49	3	3	4	4	3
50	3	4	3	2	3
51	4	4	4	4	4
52	4	3	3	4	3
53	3	4	3	4	3
54	4	4	3	4	3
55	4	3	4	4	3
56	4	3	4	4	4
57	3	3	4	4	3
58	3	4	3	4	3
59	2	2	3	3	3
60	3	4	4	4	3
61	3	2	3	3	3
62	4	3	3	3	4
63	4	2	3	3	4
64	1	3	3	2	4
65	3	4	3	3	3
66	3	2	3	4	3
67	4	3	3	3	3
68	3	4	3	4	3
69	2	2	3	2	3
70	3	2	2	2	3
71	2	2	3	3	3
72	4	4	3	4	4
73	3	3	4	3	4

33	2	3	4	4	2
34	3	2	4	2	3
35	4	3	4	3	3
36	4	3	3	4	3
37	3	4	4	3	4
38	3	4	2	4	3
39	2	3	3	2	3
40	4	4	3	3	4
41	4	3	3	3	3
42	4	3	3	1	1
43	4	3	4	4	4
44	3	4	3	3	4
45	3	3	2	2	3
46	3	2	2	3	3
47	4	4	4	3	4
48	4	4	3	3	4
49	4	3	4	3	4
50	4	4	4	3	3
51	3	4	4	3	4
52	3	3	4	4	3
53	4	3	4	4	4
54	4	3	3	4	3
55	4	3	4	3	4
56	4	4	3	4	4
57	2	3	3	2	3
58	4	3	4	4	4
59	3	3	3	3	3
60	4	3	4	3	4
61	4	3	3	4	4
62	4	4	3	3	4
63	3	3	3	4	3
64	3	3	3	3	3
65	4	3	4	3	3
66	2	3	4	3	4
67	4	4	3	3	3
68	3	3	3	4	3
69	3	3	3	2	3
70	3	3	3	3	3
71	4	3	3	4	4
72	4	4	3	3	4
73	4	4	3	3	4

74	3	4	3	3	4
75	3	2	4	3	4
76	4	4	3	3	3
77	4	4	3	4	4
78	2	3	3	2	2
79	3	3	3	3	3
80	4	3	4	4	4
81	3	3	3	4	3
82	3	3	4	4	4
83	3	3	3	3	3
84	3	4	3	4	4
85	4	4	3	3	4
86	3	4	4	4	4
87	4	3	3	2	4
88	2	2	3	3	2
89	2	2	3	2	3
90	3	2	3	2	3
91	3	4	4	3	4
92	4	3	4	3	4
93	3	2	3	3	4
94	3	3	3	2	3
95	3	2	2	3	3
96	4	3	3	4	4
97	3	3	3	2	4
98	3	3	3	3	3
99	4	3	3	4	4
100	3	4	4	4	3

74	3	4	4	3	3
75	4	3	4	3	3
76	4	3	4	3	2
77	4	4	4	4	4
78	3	2	2	3	3
79	3	3	3	4	3
80	2	3	3	2	4
81	2	4	3	4	2
82	3	4	4	4	3
83	3	3	3	3	3
84	3	2	3	3	3
85	3	4	4	3	3
86	3	3	4	4	4
87	3	3	3	3	3
88	3	2	2	3	3
89	3	2	3	2	3
90	3	3	3	2	3
91	4	3	3	4	4
92	4	4	3	4	4
93	3	3	3	3	3
94	3	3	3	3	3
95	3	2	3	2	3
96	3	4	4	4	4
97	4	3	3	3	3
98	2	3	3	2	2
99	4	3	4	4	4
100	3	3	4	3	3

LAMPIRAN 4

Rekap Data Responden

Fakultas	Jenis Kelamin	Umur	Prodi	Smt
FEBI	P	22	AKS	8
FEBI	P	20	PS	6
FEBI	L	22	ES	8
FEBI	L	21	PS	6
FEBI	L	20	AKS	4
FEBI	P	22	ES	8
FEBI	P	21	PS	6
FEBI	L	23	ES	8
FEBI	L	20	AKS	2
FEBI	L	20	MKS	6
FISHUM	P	20	ILMU KOMUNIKASI	6
FISHUM	L	21	ILMU KOMUNIKASI	6
FISHUM	P	20	SOSIOLOGI	6
FISHUM	L	20	SOSIOLOGI	6
FISHUM	P	20	SOSIOLOGI	6
FEBI	L	22	PS	8
FEBI	L	22	PS	8
FISHUM	P	21	PSIKOLOGI	8
FISHUM	P	22	PSIKOLOGI	8
FITK	P	23	MPI	8
FITK	P	22	MPI	8
FITK	P	19	MPI	2
FSH	P	23	HES	8
FSH	P	23	HES	8
FSH	P	22	HES	8
FSH	P	19	PM	2
FSH	P	18	PM	2
FITK	L	22	PBA	8
FITK	L	23	PBA	8
FUPI	P	19	IAT	4
FUPI	L	20	IAT	4
FUPI	P	20	IAT	4
FUPI	L	19	SAA	4
FUPI	L	20	SAA	4
FUPI	L	20	SAA	6

FSH	P	21	IH	8
FSH	L	20	IH	6
FSH	L	21	IH	6
FDK	P	22	BKI	8
FDK	P	22	BKI	8
FDK	P	20	BKI	4
FDK	P	21	BKI	4
FDK	P	22	PMI	8
FUPI	L	19	IAT	2
FUPI	P	18	SOS AG	2
FISHUM	L	20	SOSIOLOGI	6
FISHUM	L	21	PSIKOLOGI	6
FSH	L	23	HES	8
FSH	L	22	HES	8
FDK	L	22	PMI	8
FDK	L	22	IKS	6
FDK	L	23	PMI	8
FISHUM	P	20	PSIKOLOGI	4
FISHUM	P	19	PSIKOLOGI	4
FUPI	L	23	ILHA	8
FAIB	P	23	IP	8
FAIB	P	22	IP	8
FAIB	P	22	IP	8
FAIB	L	21	SKI	6
FAIB	L	21	SKI	6
FITK	L	23	PAI	8
FITK	P	23	PIAUD	8
FITK	P	22	PIAUD	8
FITK	P	20	PIAUD	6
FITK	P	20	PIAUD	6
FUPI	P	18	AQIDAH & FILSAFAT ISLAM	2
FUPI	L	19	AQIDAH & FILSAFAT ISLAM	2
FUPI	P	21	AQIDAH & FILSAFAT ISLAM	6
FAIB	P	19	BSA	4
FAIB	L	20	BSA	4
FAIB	P	23	SASTRA INGGRIS	8
FAIB	P	23	SASTRA INGGRIS	8
FAIB	P	22	SASTRA INGGRIS	8
FSH	L	21	AS	6

FSH	L	20	AS	6
FSH	L	20	AS	6
FITK	P	22	PGMI	8
FAIB	L	22	SKI	6
FAIB	L	21	SKI	6
FAIB	L	20	IKS	6
FDK	L	19	KPI	4
FDK	L	19	MD	2
FDK	L	18	MD	2
FDK	L	19	MD	4
FITK	P	21	PGMI	8
FITK	P	21	PGMI	8
FST	P	19	PEND MATEMATIKA	2
FST	P	22	BIOLOGI	8
FST	P	22	KIMIA	8
FST	P	23	KIMIA	8
FISHUM	L	19	ILMU KOMUNIKASI	2
FST	L	22	TEK INDUSTRI	8
FST	L	19	MATEMATIKA	2
FST	p	20	BIOLOGI	6
FST	L	19	PEND MATEMATIKA	2
FST	L	20	FISIKA	4
FST	p	20	FISIKA	4
FST	P	20	TEK INFORMATIKA	6
FST	P	21	TEK INFORMATIKA	6
FST	P	20	TEK INFORMATIKA	6

LAMPIRAN 5

Hasil Pengujian

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Karakteristik responden berdasarkan umur

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	4	2.8	4.0	4.0
	19	15	10.3	15.0	19.0
	20	27	18.6	27.0	46.0
	21	16	11.0	16.0	62.0
	22	24	16.6	24.0	86.0
	23	14	9.7	14.0	100.0
	Total	100	69.0	100.0	
Missing	System	45	31.0		
Total		145	100.0		

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis_Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PEREMPUAN	53	36.6	53.0	53.0
	LAKI-LAKI	47	32.4	47.0	100.0
	Total	100	69.0	100.0	
Missing	System	45	31.0		
Total		145	100.0		

3. Karakteristik responden berdasarkan Fakultas

Fakultas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FEBI	12	8.3	12.0	12.0
	FST	13	9.0	13.0	25.0
	FDK	13	9.0	13.0	38.0
	FAIB	12	8.3	12.0	50.0

	FSH	13	9.0	13.0	63.0
	FITK	13	9.0	13.0	76.0
	FUPI	12	8.3	12.0	88.0
	FISHUM	12	8.3	12.0	100.0
	Total	100	69.0	100.0	
Missing	System	45	31.0		
Total		145	100.0		

4. Karakteristik responden berdasarkan program studi

Prodi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TEK INFORMATIKA	3	2.1	3.0	3.0
	FISIKA	2	1.4	2.0	5.0
	PEND MATEMATIKA	2	1.4	2.0	7.0
	BIOLOGI	2	1.4	2.0	9.0
	MATEMATIKA	1	.7	1.0	10.0
	TEK INDUSTRI	1	.7	1.0	11.0
	ILMU KOMUNIKASI	3	2.1	3.0	14.0
	SOSIOLOGI	4	2.8	4.0	18.0
	MANAJEMEN KEUANGAN SY	1	.7	1.0	19.0
	AKUNTANSI SY	3	2.1	3.0	22.0
	EKONOMI SY	3	2.1	3.0	25.0
	PERBANKAN SY	5	3.4	5.0	30.0
	PSIKOLOGI	5	3.4	5.0	35.0
	PENGEMBANGAN MASY ISLAM	3	2.1	3.0	38.0
	ILMU KESEJAHTERAAN MASY	2	1.4	2.0	40.0
	KIMIA	2	1.4	2.0	42.0
	AQIDAH & FILSAFAT ISLAM	3	2.1	3.0	45.0
	STUDI AGAMA-AGAMA	3	2.1	3.0	48.0
	ILMU ALQURAN & TAFSIR	4	2.8	4.0	52.0
	SOSIOLOGI AGAMA	1	.7	1.0	53.0
	ILMU HADIS	1	.7	1.0	54.0

	MAN PENDIDIKAN ISLAM	3	2.1	3.0	57.0
	PENDIDIKAN BHS ARAB	2	1.4	2.0	59.0
	PGMI	3	2.1	3.0	62.0
	PIAUD	4	2.8	4.0	66.0
	PAI	1	.7	1.0	67.0
	ILMU HUKUM	3	2.1	3.0	70.0
	PERBANDINGAN MADZHAB	2	1.4	2.0	72.0
	HUKUM KELUARGA ISLAM	3	2.1	3.0	75.0
	BKI	4	2.8	4.0	79.0
	KPI	1	.7	1.0	80.0
	MAN DAKWAH	3	2.1	3.0	83.0
	ILMU PERPUSTAKAAN	3	2.1	3.0	86.0
	SKI	4	2.8	4.0	90.0
	BHS & SASTRA ARAB	2	1.4	2.0	92.0
	SASTRA INGGRIS	3	2.1	3.0	95.0
	HUKUM EKONOMI ISLAM	5	3.4	5.0	100.0
	Total	100	69.0	100.0	
Missing	System	45	31.0		
Total		145	100.0		

5. Karakteristik responden berdasarkan semester

		Semester			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	14	9.7	14.0	14.0
	4	16	11.0	16.0	30.0
	6	30	20.7	30.0	60.0
	8	40	27.6	40.0	100.0
	Total	100	69.0	100.0	
Missing	System	45	31.0		
Total		145	100.0		

B. HASIL UJI VALIDITAS

1. Persepsi (X1)

Correlations							
		Persepsi 1	Persepsi 2	Persepsi 3	Persepsi 4	Persepsi 5	Total Persepsi
Persepsi 1	Pearson Correlation	1	0.021	.264**	.290**	.492**	.656**
	Sig. (2-tailed)		0.832	0.008	0.003	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Persepsi 2	Pearson Correlation	0.021	1	0.181	.317**	.300**	.568**
	Sig. (2-tailed)	0.832		0.072	0.001	0.002	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Persepsi 3	Pearson Correlation	.264**	0.181	1	0.033	.330**	.619**
	Sig. (2-tailed)	0.008	0.072		0.746	0.001	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Persepsi 4	Pearson Correlation	.290**	.317**	0.033	1	0.129	.547**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.001	0.746		0.202	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Persepsi 5	Pearson Correlation	.492**	.300**	.330**	0.129	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.002	0.001	0.202		0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total Persepsi	Pearson Correlation	.656**	.568**	.619**	.547**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

2. Produk (X2)

Correlations							
		Produk 1	Produk 2	Produk 3	Produk 4	Produk 5	Total Produk
Produk 1	Pearson Correlation	1	0.161	.360**	.232*	.428**	.625**
	Sig. (2-tailed)		0.109	0.000	0.020	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Produk 2	Pearson Correlation	0.161	1	.294**	.358**	.431**	.636**
	Sig. (2-tailed)	0.109		0.003	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Produk 3	Pearson Correlation	.360**	.294**	1	.418**	.385**	.719**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.003		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100

Produk 4	Pearson Correlation	.232*	.358**	.418**	1	.447**	.722**
	Sig. (2-tailed)	0.020	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Produk 5	Pearson Correlation	.428**	.431**	.385**	.447**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total Produk	Pearson Correlation	.625**	.636**	.719**	.722**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

3. Harga (X3)

Correlations							
		Harga 1	Harga 2	Harga 3	Harga 4	Harga 5	Total Harga
Harga 1	Pearson Correlation	1	0.145	.279**	.316**	.284**	.606**
	Sig. (2-tailed)		0.149	0.005	0.001	0.004	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Harga 2	Pearson Correlation	0.145	1	0.137	.332**	.446**	.610**
	Sig. (2-tailed)	0.149		0.174	0.001	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Harga 3	Pearson Correlation	.279**	0.137	1	.203*	.366**	.628**
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.174		0.043	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Harga 4	Pearson Correlation	.316**	.332**	.203*	1	.335**	.667**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.001	0.043		0.001	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Harga 5	Pearson Correlation	.284**	.446**	.366**	.335**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.000	0.000	0.001		0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total Harga	Pearson Correlation	.606**	.610**	.628**	.667**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

4. Tempat (X4)

Correlations							
		Tempat 1	Tempat 2	Tempat 3	Tempat 4	Tempat 5	Total Tempat
Tempat 1	Pearson Correlation	1	0.114	.276**	.316**	.469**	.670**
	Sig. (2-tailed)		0.260	0.005	0.001	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Tempat 2	Pearson Correlation	0.114	1	.260**	.238*	.295**	.599**
	Sig. (2-tailed)	0.260		0.009	0.017	0.003	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Tempat 3	Pearson Correlation	.276**	.260**	1	.208*	0.194	.631**
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.009		0.037	0.053	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Tempat 4	Pearson Correlation	.316**	.238*	.208*	1	0.193	.624**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.017	0.037		0.054	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Tempat 5	Pearson Correlation	.469**	.295**	0.194	0.193	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.003	0.053	0.054		0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total Tempat	Pearson Correlation	.670**	.599**	.631**	.624**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

5. Promosi (X5)

Correlations							
		Promosi 1	Promosi 2	Promosi 3	Promosi 4	Promosi 5	Total Promosi
Promosi 1	Pearson Correlation	1	0.184	.257**	.382**	.267**	.679**
	Sig. (2-tailed)		0.068	0.010	0.000	0.007	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Promosi 2	Pearson Correlation	0.184	1	0.145	.364**	.203*	.622**
	Sig. (2-tailed)	0.068		0.150	0.000	0.042	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Promosi 3	Pearson Correlation	.257**	0.145	1	.237*	.269**	.580**
	Sig. (2-tailed)	0.010	0.150		0.018	0.007	0.000
	N	100	100	100	100	100	100

Promosi 4	Pearson Correlation	.382**	.364**	.237*	1	0.107	.694**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.018		0.288	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Promosi 5	Pearson Correlation	.267**	.203*	.269**	0.107	1	.555**
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.042	0.007	0.288		0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total Promosi	Pearson Correlation	.679**	.622**	.580**	.694**	.555**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

6. Minat E-Banking Bank Syariah (Y)

Correlations							
		Minat 1	Minat 2	Minat 3	Minat 4	Minat 5	Total Minat
Minat 1	Pearson Correlation	1	0.117	.285**	.235*	.328**	.630**
	Sig. (2-tailed)		0.246	0.004	0.019	0.001	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Minat 2	Pearson Correlation	0.117	1	.247*	.228*	.304**	.581**
	Sig. (2-tailed)	0.246		0.013	0.023	0.002	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Minat 3	Pearson Correlation	.285**	.247*	1	0.181	.238*	.610**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.013		0.072	0.017	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Minat 4	Pearson Correlation	.235*	.228*	0.181	1	.329**	.645**
	Sig. (2-tailed)	0.019	0.023	0.072		0.001	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Minat 5	Pearson Correlation	.328**	.304**	.238*	.329**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.002	0.017	0.001		0.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total Minat	Pearson Correlation	.630**	.581**	.610**	.645**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

C. HASIL UJI RELIABILITAS

1. Persepsi (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.603	5

2. Minat (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.729	5

3. Harga (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.666	5

4. Tempat (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.629	5

5. Promosi (X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.616	5

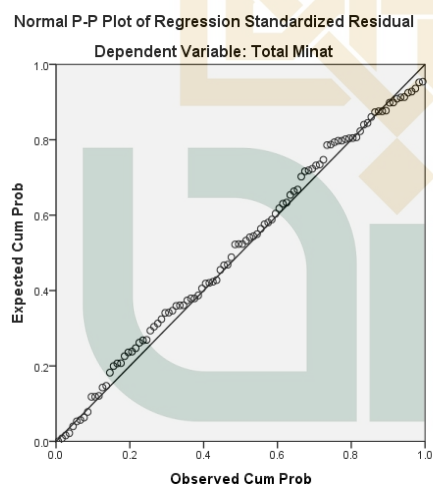
6. Minat E Banking Bank Syariah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.623	5

D. HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

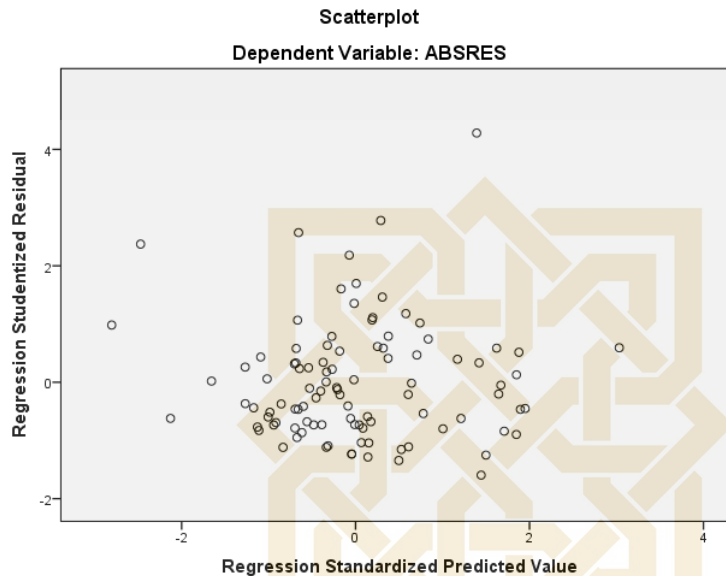
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.61930163
Most Extreme Differences	Absolute	0.062
	Positive	0.042
	Negative	-0.062
Test Statistic		0.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		



2. Uji Heterokesdastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.086	1.254		1.664	0.099
	Total Persepsi	-0.109	0.058	-0.225	-1.892	0.062
	Total Produk	0.087	0.044	0.207	1.967	0.052

Total Harga	-0.043	0.047	-0.097	-0.910	0.365
Total Tempat	0.016	0.057	0.033	0.281	0.780
Total Promosi	0.001	0.051	0.002	0.019	0.985
a. Dependent Variable: ABSRES					



3. Uji Multikoleniaritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.675	2.149		1.245	0.216		
	Total Persepsi	0.283	0.099	0.286	2.866	0.005	0.693	1.443
	Total Produk	0.165	0.076	0.191	2.167	0.033	0.890	1.123
	Total Harga	0.223	0.081	0.245	2.756	0.007	0.873	1.146
	Total Tempat	-0.064	0.097	-0.065	-0.661	0.510	0.713	1.403
	Total Promosi	0.231	0.088	0.244	2.632	0.010	0.807	1.239
a. Dependent Variable: Total Minat								

E. REGRESI LINIER BERGANDA

1. Analisis Regresi

Coefficients ^a		
Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	2.675
	Total Persepsi	0.283
	Total Produk	0.165
	Total Harga	0.223
	Total Tempat	-0.064
	Total Promosi	0.231
a. Dependent Variable: Total Minat		

2. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	139.968	5	27.994	10.137
	Residual	259.592	94	2.762	.000 ^b
	Total	399.560	99		
a. Dependent Variable: Total Minat					
b. Predictors: (Constant), Total Promosi, Total Tempat, Total Produk, Total Harga, Total Persepsi					

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	0.350	0.316	1.662
a. Predictors: (Constant), Total Promosi, Total Tempat, Total Produk, Total Harga, Total Persepsi				
b. Dependent Variable: Total Minat				

4. Uji T

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.675	2.149		1.245	0.216		
	Total Persepsi	0.283	0.099	0.286	2.866	0.005	0.693	1.443
	Total Produk	0.165	0.076	0.191	2.167	0.033	0.890	1.123

Total Harga	0.223	0.081	0.245	2.756	0.007	0.873	1.146
Total Tempat	-0.064	0.097	-0.065	-0.661	0.510	0.713	1.403
Total Promosi	0.231	0.088	0.244	2.632	0.010	0.807	1.239
a. Dependent Variable: Total Minat							



LAMPIRAN 6

Surat Ijin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 512474, 589621 Fax. (0274) 586117
<http://www.uin-suka.ac.id> Yogyakarta 55281

SURAT IJIN PENELITIAN

Nomor : B.1170 /Un.02/BA/TL.00/1/2019

Memperhatikan Surat Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam nomor : B.436/Un.02/DEB.1/PT.01.1/02/2019 tanggal 18 Februari 2019 perihal Permohonan Data dan Izin Penelitian, dengan ini Rektor UIN Sunan Kalijaga memberikan ijin untuk melakukan Penelitian kepada :

Nama : Muhammad Afif Ma'ruf
NIM : 15820035
Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk mengadakan Penelitian dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan judul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN JASA E-BANKING BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA)"** dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum mengadakan Penelitian terlebih dahulu melapor kepada Kepala Biro AAKK.
2. Waktu Penelitian dari bulan Februari s.d. Maret 2019 dengan lokasi UIN Sunan Kalijaga.
3. Selama mengadakan Penelitian tidak mengganggu kegiatan Sivitas Akademika.
4. Menjaga keamanan dan ketertiban.
5. Selesai mengadakan Penelitian harap memberikan laporan tertulis kepada Rektor melalui Bagian Akademik Biro AAKK dengan dilampiri hasil penelitiannya.

Demikian surat ini diterbitkan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 25 Februari 2019

Rektor
Kepala Biro AUK



Handarlin H. Umar

Tembusan :

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (sebagai laporan);
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. Para Dekan Fakultas UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
4. Ketua LP2M UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
5. Yang bersangkutan.

LAMPIRAN 7

Data Mahasiswa S1 UIN Sunan Kalijaga Semester Gasal TA 2018/2019

**REKAP DATA MAHASISWA S1 UIN SUNAN KALIJAGA
PADA SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2018/2019**

No	Fakultas	Jurusan/ Prodi	Herregistrasi	Cuti	Registrasi
1	ADAB & ILMU BUDAYA	1 Bahasa dan Sastra Arab	442	39	112
		2 Sejarah Kebudayaan Islam	478	30	115
		3 Ilmu Perpustakaan	358	11	121
		4 Sastra Inggris	249	23	66
		Sub Jumlah	1527	103	414
2	DAKWAH & KOMUNIKASI	5 Komunikasi dan Penyiaran Islam	444	16	78
		6 Bimbingan dan Konseling Islam	326	10	77
		7 Pengembangan Masyarakat Islam	294	14	74
		8 Manajemen Dakwah	376	24	119
		9 Ilmu Kesejahteraan Sosial	363	9	77
		Sub Jumlah	1803	73	425
3	SYARIAH & HUKUM	10 Ilmu Hukum	494	25	146
		11 Hukum Keluarga Islam (Al Ahwal Al Syakhshiyah)	355	12	101
		12 Perbandingan Madzhab	301	20	96
		13 Hukum Tata Negara (Siyasah)	350	18	96
		14 Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)	343	12	95
		Sub Jumlah	1843	87	534
4	ILMU TARBIIYAH & KEGURUAN	15 Pendidikan Agama Islam	610	22	114
		16 Pendidikan Bahasa Arab	342	13	90
		17 Kependidikan Islam	2	0	0
		18 Manajemen Pendidikan Islam	321	9	84
		19 Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	405	13	88
		20 Pendidikan Islam Anak Usia Dini	282	8	82
		Sub Jumlah	1962	65	458
5	USHULUDDIN PEMIKIRAN ISLAM	21 Aqidah dan Filsafat Islam	302	15	89
		22 Studi Agama-Agama	212	11	73
		23 Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir	445	19	133
		24 Sosiologi Agama	309	18	91
		25 Ilmu Hadis	187	1	127
		Sub Jumlah	1455	64	513
6	SAIENS DAN TEKNOLOGI	26 Pendidikan Matematika	224	7	53
		27 Matematika	171	3	50
		28 Fisika	173	5	52
		29 Kimia	184	6	52
		30 Biologi	238	7	56
		31 Teknik Informatika	238	10	56
		32 Teknik Industri	182	4	56
		33 Pendidikan Kimia	179	1	51
		34 Pendidikan Biologi	194	3	53
		35 Pendidikan Fisika	193	3	49
		Sub Jumlah	1976	49	528
7	ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA	36 Psikologi	506	19	138
		37 Sosiologi	221	8	74
		38 Ilmu Komunikasi	511	17	137
		Sub Jumlah	1238	44	349
8	EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	39 Ekonomi Syariah	387	9	86
		40 Perbankan Syariah	568	14	126
		41 Manajemen Keuangan Syariah	300	15	89
		42 Akuntansi Syariah	212	8	88
		Sub Jumlah	1467	46	389
		Jumlah Keseluruhan	13271	531	3610
		Jumlah Mahasiswa Herregistrasi, Cuti, dan Registrasi		17412	

Yogyakarta, 1 September 2018
Kelapa Bagian Akademik

Suefrizal

LAMPIRAN 8
Dokumentasi



LAMPIRAN 9

CURRICULUM VITAE



A. BIOGRAFI

Nama : Muhammad Afif Ma'ruf

Tempat, tanggal lahir : Blora, 25 Februari 1998

Jenis kelamin : Laki-Laki

Status : Belum Menikah

Agama : Islam

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat rumah : Ngronggah, 001/001, Sempu, Kunduran, Blora

Nomor telepon : 082243274138

Email : afifmaruf64@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2003-2009	SD N 01 Ngronggah
2009-2012	MTs Alfatah Kunduran
2012-2015	MA Sunan Pandanaran D.I.Y.
2015 - sekarang	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

C. Pengalaman Organisasi:

2010-2011 : OSIS MTs Alfatah Kunduran

2013-2014 : HTT (OSIS) MA Sunan Pandanaran D.I.Y.

2013-sekarang :

- PMII Rayon Ekuilibrium UIN Sunan Kalijaga
- Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga
- Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
- Senat Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga
- LITBANG PMII Komisariat UIN Sunan Kalijaga
- FORNASMEBI Wilayah D.I.Y. - Jawa Tengah