

**PENGARUH PERSEPSI PENGGUNAAN *FINANCE TECHNOLOGY'S*
PADA PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN NASABAH DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**
(Studi Terhadap Aplikasi *Marketplace* Tokopedia)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh :

**MUHAMMAD SAID MANSYUR
NIM 15240053**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Pembimbing :

**Drs. M. Rasyid Ridla, M.Si
NIP. 19670104 199303 1 003**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-377/Un.02/DD/PP.00.9/05/2020

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PERSEPSI PENGGUNAAN *FINANCE TECHNOLOGY'S* PADA PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (STUDI TERHADAP APLIKASI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD SAID MANSYUR
Nomor Induk Mahasiswa : 15240053
Telah diujikan pada : Selasa, 14 April 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. M. Boeyib Ridla, M.Si.

NIP. 19670104 199303 1 003

Penguji I

Penguji II

Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si.

NIP. 19770507 200003 2 001

Enay Maghribah Innayani, S.Ag., M.Si.

NIP. 19741025 199803 2 001

Yogyakarta, 14 April 2020

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan



Dr. T. H. Nujannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Marshda Adisucipto, Tlpn. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail : fd@uin-suka.ac.id Yogyakarta, 55281

SURAT PERTUJUAN SKRIPSI

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

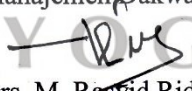
Nama : Muhammad Said Mansyur
NIM : 15240053
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Penggunaan *Finance Technology's* Pada Perbankan Syariah Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Kasus Terhadap Aplikasi *Marketplace* Tokopedia)

Telah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

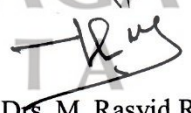
Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi skripsi tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Ketua Prodi
Manajemen Dakwah


Drs. M. Rasyid Ridla, M.Si
NIP. 19670104 199303 1 003

Yogyakarta, 5 Februari 2020
Pembimbing


Drs. M. Rasyid Ridla, M.Si
NIP. 19670104 199303 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Said Mansyur

NIM : 15240053

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Pengaruh Persepsi Penggunaan *Finance Technology's* Pada Perbankan Syariah Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Kasus Terhadap Aplikasi *Marketplace* Tokopedia)** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasi atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan oleh ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 5 Februari 2020



; menyatakan

Muhammad Said Mansyur
NIM. 15240053

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

ALMAMATER PRODI MANAJEMEN DAKWAH

FAKULTAS DAKWAN DAN KOMUNIKASI

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA



MOTTO

Do it Professionality, Totality and Humanity

Lakukan dengan Profesional, Totalitas dan Humanitas¹



¹ Muhammad Said Mansyur

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat serta hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Penggunaan *Finance Technology’s* Pada Perbankan Syariah Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Terhadap Aplikasi *Marketplace* Tokopedia)”** guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada baginda Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah mendoakan dan membantu menyelesaikannya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Plt. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Nurjannah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si, selaku ketua Prodi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus dosen pembimbing skripsi penulis.
4. Ibu Dra. Mikhriani, MM, selaku dosen pembimbing akademik yang sudah membimbing, mengarahkan dan memotivasi kegiatan akademik penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen Manajemen Dakwah yang telah berbagi pengetahuan, memberikan arahan dan bimbingan akademik selama perkuliahan.

6. Bapak dan Ibu staff TU yang telah membantu menyelesaikan administrasi dari awal perkuliahan hingga tugas akhir skripsi.
7. Kedua orang tua; ayah dan ibu saya yang terus mendukung dalam mewujudkan cita-cita, mendidik sangat demokratis serta mengajarkan akan kerjakeras, tanggung jawab dan mandiri yang tentunya tidak akan pernah cukup balas budi yang akan penulis lakukan.
8. Keluarga besar Forum Generasi Berencana (GenRe) Daerah Istimewa Yogyakarta yang selama ini mendukung, mendampingi, dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini serta telah kebersamaan pengalaman dan karir selama berproses di Jogjakarta Istimewa.
9. Keluarga besar Perwakilan BKKBN Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya Bidang KSPK, Bapak Didik Sudarmadi, Ibu Nursolik, Ibu dr. Iin Nadzifah, Ibu Dewi Mayasari, dan Ibu Ema yang terus mendukung dan mengingatkan untuk segera menyelesaikan tugas akhir skripsi dan terus melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.
10. Keluarga besar UKM PIK-M Lingkar Seroja UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah bersama berproses dalam membangun organisasi, khususnya Ibu dr. Diana Rismajani yang sejak awal hingga saat ini telah banyak mendukung penulis hingga saat ini. Tidak lupa juga rekan-rekan punggawa yang terus berkiprah dalam pengabdianya.
11. Ibu Antin, Ibu Yati, Pak Khoirul, Pak Nuraini dan keluarga besar di Biro Kemahasiswaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang juga turut mewarnai perjalanan prestasi penulis di almamater tercinta.

12. Teman-teman di Prodi Manajemen Dakwah dari berbagai angkatan khususnya angkatan 2015 Medali Revolusi yang sangat menghiasi pertemanan ini.
13. Rekan kerja, sahabat, keluarga di Shakran Enterprise Indonesia.
14. Serta seluruh pihak-pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Atas perhatinnya penulis ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 5 Februari 2020

Penulis


Muhammad Said Mansyur
NIM. 15240053



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Muhammad Said Mansyur, NIM 15240053. Program studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Pengaruh Persepsi Penggunaan *Finance Technology's* pada Perbankan Syariah Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta; Studi Terhadap Aplikasi *Marketplace* Tokopedia”.

Finance Technology atau lebih dikenal dengan istilah *Fintech* merupakan inovasi produk industri keuangan dalam Revolusi Industri 4.0. Aspek pengerjaan yang dilakukan secara digital menjadikan operasional keuangan lebih praktis, efisien dan inklusi. Perbankan syariah sebagai salah satu produk industri keuangan dituntut untuk dapat memberikan layanan *Fintech* sebagai satu layanan dalam proses transaksi. Penulis akan meneliti terkait nasabah perbankan syariah yang menggunakan *Fintech* sebagai metode transaksi pembayaran pada aplikasi *marketplace* Tokopedia.

Teori yang digunakan adalah teori persepsi sebagai variabel independen, kepercayaan sebagai variabel dependen 1 (satu) dan kepuasan sebagai variabel dependen 2 (dua). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif-kuantitatif serta menggunakan metode *accidental purposive sampling* dalam menguji sampel. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan pengumpulan data berupa kuisioner, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi penggunaan *fintech* pada perbankan syariah terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan hasil pada T hitung masing-masing 3,020 dan 4,173 dengan T tabel sebesar 1,988. Pada uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen (persepsi) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen 1 (kepercayaan) sebesar 8,5%. Sedangkan pengaruh variabel independen (persepsi) terhadap variabel dependen 2 (kepuasan) sebesar 15,1%.

Keyword : Persepsi, *FinTech*, Kepercayaan, Kepuasan

DAFTAR ISI

PENGARUH PERSEPSI PENGGUNAAN <i>FINANCE TECHNOLOGY'S</i>	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
E. Kajian Pustaka.....	15
F. Kerangka Teori.....	18
G. Hipotesis.....	36
H. Kerangka Pemikiran.....	36
BAB II METODE PENELITIAN	37
A. Jenis dan Sifat Penelitian	37
B. Variabel Penelitian	37
C. Definisi Operasional.....	38
D. Populasi dan Sampel	39
E. Metode Pengumpulan Data	40
F. Sumber Data.....	41
G. Instrumen Penelitian.....	41
H. Uji Validitas dan Reliabilitas	46

I. Analisis Data	47
J. Uji Asumsi Klasik	48
K. Uji Hipotesis	49
BAB III SISTEM OPERASI <i>FINANCE TECHNOLOGY</i> DI INDONESIA	52
A. Pengertian Finance Technology	52
B. Jenis-Jenis <i>Finance Technology</i> yang Berkembang di Indonesia	55
C. Dasar Hukum Pelaksanaan <i>Finance Technology</i>	64
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
A. Uji Validitas dan Reliabilitas	72
B. Hasil Uji Validitas	80
C. Analisis Data	83
D. Uji Asumsi Klasik	92
E. Pengaruh Persepsi Terhadap Kepercayaan	94
F. Pengaruh Persepsi Terhadap Kepuasan	96
G. Pembahasan	99
BAB V PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengguna Internet Tahun 1998 – 2017.....	8
Tabel 1.2	Daftar Penelitian yang Sudah Dilakukan Sebelumnya.....	19
Tabel 2.1	Instrumen Penelitian Variabel Persepsi Sebelum Uji Coba.....	50
Tabel 2.2	Instrumen Penelitian Variabel Kepercayaan Sebelum Uji Coba.....	52
Tabel 2.3	Instrumen Penelitian Variabel Kepuasan Sebelum Uji Coba.....	53
Tabel 3.1	Periode Perkembangan <i>Fintech</i>	63
Tabel 3.2	Jenis-Jenis <i>Fintech</i>	67
Tabel 4.1	Hasil <i>Try Out</i> Uji Validitas Variabel Persepsi.....	86
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi.....	87
Tabel 4.3	Hasil <i>Try Out</i> Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	88
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	89
Tabel 4.5	Hasil <i>Try Out</i> Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	90
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	93
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	94
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	95
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	97
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	98
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	99

Tabel 4.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan.....	100
Tabel 4.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Bank Syariah yang Digunakan.....	101
Tabel 4.14	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi.....	102
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi.....	103
Tabel 4.16	Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	104
Tabel 4.17	Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan.....	105
Tabel 4.18	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan.....	106
Tabel 4.19	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan.....	107
Tabel 4.20	Hasil Uji Normalitas.....	109
Tabel 4.21	Hasil Uji Linieritas.....	110
Tabel 4.22	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Persepsi Terhadap Kepercayaan.....	111
Tabel 4.23	Hasil Uji Regresi Koefisien Determinasi	113
Tabel 4.24	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Persepsi Terhadap Kepuasan.....	114
Tabel 4.25	Hasil Uji Regresi Koefisien Determinasi.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Internet Tahun 1998 – 2017.....	8
Gambar 1.2	Jumlah Pengunjung 5 Besar Aplikasi <i>Marketplace</i> Pada Kuartal 3 Tahun 2018.....	12
Gambar 1.3	Hubungan Persepsi Terhadap Kepercayaan.....	41
Gambar 1.4	Hubungan Persepsi Terhadap Kepuasan.....	42
Gambar 1.5	Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1	Proses Bisnis <i>Digital Payment</i>	68
Gamabr 3.2	Proses Bisnis <i>P2P Landing Crowdfunding – Based</i>	71
Gambar 3.3	Proses Bisnis <i>Account Aggregator</i>	73
Gambar 3.4	Proses Bisnis <i>Information and Feed Site</i>	75
Gambar 3.5	Proses Bisnis <i>Personal Finance</i>	76
Gambar 4.1	Jumlah Kontribusi Pengisian Angket Online Per Hari	84

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul penelitian ini adalah “Pengaruh Persepsi Penggunaan *Finance Technology's* pada Perbankan Syariah Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta; Studi Terhadap Aplikasi *Marketplace* Tokopedia.” Demi menghindari interpretasi yang salah dan memperjelas maksud dari judul yang penulis angkat, maka penulis perlu memberikan penegasan judul sebagai berikut:

1. Pengaruh

Istilah pengaruh dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.² Suharsimi Arikunto menyebutkan dalam metodologi penelitian bahwa pengaruh menunjuk pada korelasi atau hubungan sebab akibat yakni suatu keadaan menjadi sebab bagi keadaan yang lain (menjadi akibat).³

Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah kekuatan yang didorong atas orang atau benda serta dapat merubah

² Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *KBBI Daring*, (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016)

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 76.

sesuatu karena adanya relasi atau hubungan dari gejala di sekitar dan memberikan dampak dampak tertentu.

2. Persepsi

Persepsi adalah proses di mana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Namun, apa yang diterima seseorang pada dasarnya bisa berbeda dari realitas objektif.⁴ Sedangkan menurut Rahmat mendefinisikan persepsi sebagai pengamatan tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.⁵

Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa persepsi adalah sebuah dorongan individu dalam menginterpretasikan atau menggambarkan suatu objek yang berdampak pada kesan-kesan tertentu.

3. Penggunaan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia penggunaan diartikan sebagai proses, cara, perbuatan menggunakan sesuatu, pemakaian.⁶

Penggunaan sebagai aktifitas memakai sesuatu atau membeli sesuatu berupa barang dan jasa. Pembeli dan pemakai yang dapat disebut pula

⁴ Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Jilid 1, (Jakarta: Salmeha Empat, 2008), hlm.175.

⁵ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 51.

⁶ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *KBBI Daring*, (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016)

sebagai konsumen barang dan jasa. Penelitian ini penggunaan adalah pemakaian pada fitur-fitur yang ada pada *Finance Technology* atau *Fintech*.

4. *Finance Technology*

Finance technology (Fintech) atau teknologi finansial (Tekfin) menurut pengertian dari Bank Indonesia adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.⁷

Sedangkan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengartikan *Fintech* sebagai pemanfaatan perkembangan teknologi informasi untuk meningkatkan layanan di industri keuangan.⁸ Secara garis besar *finance technology* adalah variasi model bisnis dan perkembangan teknologi yang memiliki potensi untuk meningkatkan industri layanan keuangan.

5. Perbankan Syariah

Perbankan syariah atau secara internasional disebut dengan *Islamic Banking* atau disebut juga sebagai *interest-free banking*.⁹ Bank syariah memiliki fungsi utama sebagai penghimpun dana masyarakat dan

⁷ <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/Contents/default.aspx> di akses pada tanggal 15 Oktober 2019 pukul 14.18 WIB di Yogyakarta.

⁸ Sarwin Kiko Napitupulu, dkk., *Perlindungan Konsumen pada Fintech ; Kajian Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan*, (Jakarta, Departemen Perlindungan Konsumen OJK, 2017), hlm. 8.

⁹ UU No.10 Tahun 1998, Edisi Revisi Ke-2 (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011), hlm.45.

menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberi jasa bank lainnya.

UU No.10 Tahun 1998 tentang perubahan UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, disebutkan bahwa bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa salam lalu lintas pembayaran.

6. Kepercayaan dan Kepuasan

Robbins mendefinisikan kepercayaan adalah ekspektasi atau penghargaan positif bahwa orang lain tidak akan bertindak secara oportunistik, baik secara berkata-kata, tindakan dan kebijakan.¹⁰ Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa kepercayaan adalah aktifitas individu atau kelompok yang memiliki ekspektasi atau persepsi positif terhadap suatu produk atau jasa yang akan digunakan secara berkelanjutan dalam waktu yang lama sehingga menimbulkan sikap loyalitas terhadap produk atau jasa tersebut.

Richard Oliver dalam Handi Irawan kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Dalam pengertian lain, kepuasan adalah hasil penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.¹¹ Definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa

¹⁰ Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Jilid 2, (Jakarta: Salmeba Empat, 2011), hlm. 59.

¹¹ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Konsumen*, (Jakarta, Elek Media Komputindo, 2003), hlm. 3.

kepercayaan adalah aktifitas individu atau kelompok yang memiliki ekspektasi atau persepsi positif terhadap suatu produk atau jasa yang akan digunakan secara berkelanjutan dalam waktu yang lama sehingga menimbulkan sikap loyalitas terhadap produk atau jasa tersebut.

7. Nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta

Produk perbankan syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta cukup bervariasi. Nasabah cukup banyak pilihan dalam menentukan perbankan syariah yang akan dituju. Linier dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis bahwa pengguna perbankan syariah atau nasabah bank syariah akan menjadi bagian dari obyek penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Penelitian ini penulis akan mengklasifikasikan jenis nasabah berdasarkan usia, pekerjaan, penghasilan dan jenis bank syariah yang akan digunakan. Mengingat indikator yang cukup banyak, kesempatan untuk menguji responden nasabah juga sangat luas. Sehingga nasabah yang akan menjadi responden adalah nasabah yang tinggal di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta baik sebagai warga tetap atau domisili.

8. Aplikasi *Marketplace* Tokopedia

Tokopedia merupakan salah satu aplikasi *marketplace* di Indonesia dan *original* sebagai produk Indonesia. Aplikasi ini bekerja sebagai ‘pasar online’ yang memberikan berbagai fitur pelayanan dan kebutuhan. Besarnya pengguna aplikasi Tokopedia menjadi dasar utama dalam

penentuan aplikasi yang terpilih dari 10 aplikasi besar lainnya yang juga beroperasi di Indonesia.

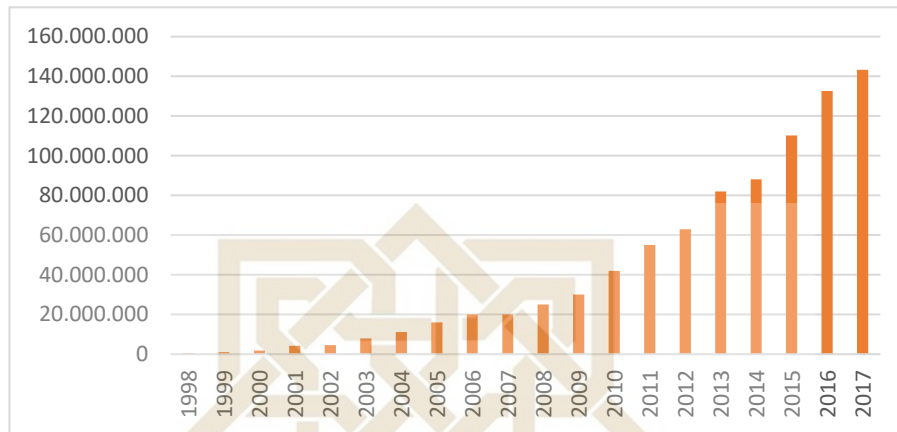
Penulis akan mensortir dan memberikan kolom pernyataan dalam angket penelitian bahwa responden atau nasabah perbankan syariah juga menggunakan aplikasi Tokopedia untuk mencukupi kebutuhan harian serta melakukan sistem transaksi menggunakan perbankan syariah.

B. Latar Belakang Masalah

Revolusi Industri 4.0 saat ini sedang gencar-gencarnya menjadi isu pembahasan dalam era modernisasi. Yaitu sebuah perkembangan industri yang dikerjakan melalui bantuan teknologi serta meningkatkan keefektifan kinerja. Begitu pula dengan perkembangan industri keuangan yang saat ini telah ditemukan sebuah metode transaksi keuangan digital disebut dengan *Finance Technology* atau *Fintech*.

Keberadaan *Fintech* juga tidak terlepas dengan perkembangan internet yang sangat pesat. Menurut data survei APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia) pengguna internet di Indonesia pada tahun 1998 mencapai 500 ribu pengguna, sedangkan pada tahun 2017 mencapai 143,26 juta pengguna dengan penetrasi sebesar 54,68 persen dari total populasi penduduk di Indonesia. Berarti selama tahun 1998 hingga 2017 pengguna internet di Indonesia mencapai peningkatan sebesar 600 persen.¹²

¹² Data diperoleh melalui surat elektronik resmi dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dikirim pada tanggal 12 Desember 2018 pada pukul 00.19 AM.

Gambar 1.1:**Jumlah Pengguna Internet Tahun 1998 – 2017**

Sumber : Data Survey APJII Tahun 2017.¹³

Tabel 1.1:
Jumlah Pengguna Internet Tahun 1998 – 2017

Tahun	Jumlah pengguna	Tahun	Jumlah Pengguna
1998	500.000	2008	25.000.000
1999	1.000.000	2009	30.000.000
2000	1.900.000	2010	42.000.000
2001	4.200.000	2011	55.000.000
2002	4.500.000	2012	63.000.000
2003	8.000.000	2013	82.000.000
2004	11.200.000	2014	88.100.000
2005	16.000.000	2015	110.200.000
2006	20.000.000	2016	132.700.000
2007	20.000.000	2017	143.260.000

Sember : Data Survey APJII Tahun 2017.¹⁴

Meningkatnya jangkauan internet dan murah nya harga *gadget* (gawai) menjadi alasan penting pesatnya pengguna internet di Indonesia.

¹³ Data yang di peroleh dari APJII dan di olah kembali oleh penulis.

¹⁴ *Ibid.*

Pengguna internet akan semakin bertambah mengingat perluasan jangkauan internet akan terus diperbaiki dalam dukungan pemerintah ataupun pengembang. Hal tersebut tentunya menjadi peluang yang sangat besar bagi para pelaku industri untuk terus melakukan peningkatan layanan berbasis internet. Perbankan, asuransi, pasar modal dan berbagai produk keuangan lainnya saat ini sudah mulai menerapkan sistem berbasis layanan internet.

Perbankan syariah sebagai salah satu industri keuangan tentunya juga memiliki strategi yang sama dalam pengembangan teknologi. Memanfaatkan *Fintech* menjadi salah satu metode transaksi bagi nasabah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, yang menjadi perhatian adalah ketika perbankan syariah juga memiliki regulasi tersendiri terkait siklus keuangan yang harus sesuai dengan prinsip syariah. Bank Indonesia (BI) sebagai bank sentral di Indonesia telah mengeluarkan ketetapan peraturan penyelenggaraan teknologi finansial yang menyatakan bahwa teknologi finansial (Tekfin) boleh diselenggarakan di Indonesia dengan catatan untuk terus meningkatkan pelayanan bagi nasabah dengan prinsip efisien, aman dan lancar serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan dan inklusif.¹⁵

Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga telah mengeluarkan peraturan terkait teknologi finansial dengan istilah Inovasi Keuangan Digital (IKD) yang menjelaskan tentang mekanisme pembuatan dan

¹⁵ Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial.

operasional IKD yang harus mempertahankan nilai inovasi, inklusi, literasi, bisnis, perlindungan data, manajemen risiko yang efektif, kolaborasi, perlindungan konsumen, transparansi, serta anti pencucian uang dan pendanaan terorisme.¹⁶ Sama halnya yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) turut memberikan fatwa terkait *Finance Technology* Syariah. Secara garis besar MUI mengeluarkan fatwa bahwa *Fintech* diperbolehkan sebagai media transaksi keuangan dengan prinsip syariah serta tidak memiliki unsur riba, gharar dan haram.¹⁷

Sistem teknologi sebagai ilmu pengetahuan baru masuk pada abad 21 ini harus bertemu dengan aturan keuangan yang sudah ditetapkan di zaman Rasulullah SAW. Allah swt berfirman dalam Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya : “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapatkan peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”¹⁸

¹⁶ Peraturan OJK Nomor 13/POJK.02/2018 Tentang Mekanisme Pembuatan dan Operasional Inovasi Keuangan Digital.

¹⁷ Fatwa MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2018 Tentang *Finance Technology* Syariah.

¹⁸ Kementerian Agama, *Qur'an Kemenag* (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2018), *Android Version; 2.1.2-Update*.

Melihat seluruh ketentuan dan peraturan diatas menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak bisa dicegah dan dihindari. Yang bisa dilakukan adalah bagaimana mengatur dan mengendalikan teknologi tersebut untuk digunakan. Kegunaan *Finance Technology* sangat banyak fungsinya. *Fintech* dapat digunakan sebagai media pembayaran belanja di toko modern, cafe, *coffeeshop*, *marketplace* atau *e-commerce*, pembayaran di rumah sakit bahkan juga mampu dibayarkan untuk transaksi pembelian di pasar tradisional hingga warung kelontong.

Dalam hal ini penulis akan melakukan penelitian terkait *Fintech* yang dilakukan sebagai metode pembayaran dalam aktifitas pembelian di pasar *online* atau *e-commerce*. Keberadaan pasar online atau *marketplace* di Indonesia saat ini juga berkembang sangat pesat. Terhitung pada kuartal 3 tahun 2018 (Q3-2018) sudah terdapat lebih dari 153 juta pengguna pada aplikasi *marketplace* Tokopedia.¹⁹

Gambar 1.2:

Jumlah Pengunjung 5 Besar Aplikasi *Marketplace* Kuartal 3 Tahun 2018

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	153,639,700	#2	#4	174,300	903,260	5,892,100	1,917
2 Bukalapak	95,932,100	#3	#3	139,150	365,480	2,377,600	1,853
3 Shopee	38,882,000	#1	#1	41,120	1,101,070	13,246,900	1,717
4 Lazada	36,405,200	#4	#2	361,530	803,360	27,220,200	1,704
5 Blibli	31,303,500	#6	#5	473,710	339,970	7,956,800	998

¹⁹ www.iprice.co.id/insight/mapofecommerce/ diakses pada tanggal 22 September 2018.

Sumber : iprice insights.²⁰

Pangsa pasar yang dimiliki oleh pasar online khususnya Tokopedia menjadi daya tarik bagi perbankan syariah untuk turut mengambil bagian dalam proses transaksi tersebut. Peran perbankan sebagai *merchant* yang menghubungkan *customer* untuk melakukan pembayaran kepada penjual melalui sistem *payment gateway* adalah salah satu bentuk transaksi *Finance Technology's*.

Tokopedia sebagai aplikasi *marketplace* asli Indonesia ini menjadi ketertarikan sendiri bagi penulis untuk di jadikan suatu studi kasus. Melihat data di atas, Tokopedia mendapatkan lebih dari 153 juta pengunjung. Itu berarti jika di persentasekan dengan proyeksi penduduk Indonesia saat ini yang berjumlah 265 juta jiwa,²¹ setidaknya terdapat 58,1% penduduk menggunakan Tokopedia dari total penduduk di Indonesia.²² Sangat menarik jika penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan memiliki jumlah penduduk usia produktif sangat banyak. Demikian pula karena banyaknya perguruan tinggi ternama yang berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta dan kota budaya ini juga disebut sebagai kota pelajar.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Romadliyah dalam tesisnya yang berjudul Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Nasabah *Lower*

²⁰ www.iprice.co.id/insight/mapofecommerce/ diakses pada tanggal 22 September 2018.

²¹ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/05/18/2018-jumlah-penduduk-indonesia-mencapai-265-juta-jiwa> diakses pada tanggal 20 Februari 2019 pada pukul 09.38 WIB.

²² Data diolah oleh penulis dengan menggunakan prosentase 100 % dari proyeksi penduduk dan jumlah pengguna aplikasi.

Class tentang *Financial Technolgy* PT. BTPN Syariah Area Surabaya menyatakan bahwa persepsi nasabah *lower class* area Surabaya tentang *Fintech* cenderung positif. Serta beberapa variabel seperti preferensi, sikap dan perilaku juga menunjukkan hasil yang sama dengan prosentase rata-rata 51%.²³

Harish dalam skripsinya yang berjudul *Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah* yang menyatakan bahwa Kepercayaan Nasabah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Dan layanan *m-banking* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Peneliti juga menguji keterkaitan antar variabel dan menunjukkan bahwa antar variabel secara bersama-sama menunjukkan keterkaitan dan saling berpengaruh antara kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* secara signifikan.²⁴

Dari hasil penilitan di atas, tidak berbanding lurus dengan fakta dilapangan. Indonesia menempati peringkat pertama dengan jumlah *cybercrime* terbanyak di dunia dan di peringkat kedua dunia terkait kegiatan *hacking*.²⁵ Direktorat Reserse Kriminal Khusus Polda Metro Jaya melaporkan ada sekitar 1.627 kasus pidana sepanjang 2016 dan *cybercrime*

²³ Nur Suci Romadliyah, Tesis : *Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Nasabah Lower Class Tentang Finance Technology PT. BTPN Syariah Area Surabaya*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), hlm.125.

²⁴ Irfan Nurramadi Harish, Skripsi : *Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*, (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2017), hlm. 93.

²⁵ Budi Rahardjo, *Fintech : Layanan Baru, Ancaman Baru ?* <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/01/17/163319426/.fintech.layanan.baru.ancaman.baru> Diakses pada tanggal 11 Desember 2018 pukul 20.29 WIB.

menjadi kasus dengan jumlah tertinggi (1.207 kasus), dimana saat ini *malware* (virus, ransomware) merupakan *cybercrime* yang paling banyak dijumpai di Indonesia. Kasus tersebut yang menyebabkan masyarakat masih ragu untuk menggunakan *Finance Technology* sebagai metode transaksi keuangan. Hal ini di dasari dengan banyaknya kasus yang dilatar belakangi oleh tindak kriminal pencucian uang atau transaksi ilegal (pencurian). Selain itu, tingkat pemahaman teknologi yang cukup rendah bagi masyarakat jika terjadi sebuah kesalahan (penipuan) sehingga menjadikan mereka semakin ragu dalam menggunakan *Fintech*.

Data proyeksi yang menunjukkan bahwa setidaknya terdapat 58,1% penduduk di Indonesia menggunakan aplikasi Tokopedia menjadikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jika penduduk di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat 1,5 % dari total jumlah penduduk Indonesia, maka setidaknya terdapat 2,3 juta pengguna di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan aplikasi Tokopedia.²⁶ Maka dari itu, penelitian ini penulis akan membahas tentang persepsi penggunaan *Fintech* oleh nasabah sebagai media transaksi pembayaran pada aplikasi *marketplace* Tokopedia melalui perbankan syariah. Beberapa pernyataan diatas menyimpulkan bahwa penelitian tentang Teknologi Finansial (Tekfin) layak untuk diteliti kembali dengan menggunakan instrumen kepercayaan dan kepuasan nasabah. Berdasarkan

²⁶ Data diolah oleh Penulis dengan menggunakan data primes BPS Tahun 2016 tentang Proyeksi Jumlah penduduk di Indonesia dan Jumlah Penduduk di DI. Yogyakarta.

uraian latar belakang masalah tersebut, maka judul dalam penelitian ini adalah **Pengaruh Persepsi Penggunaan *Finance Technology's* Pada Perbankan Syariah Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta.**

C. Rumusan Masalah

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

1. Apakah pengaruh persepsi penggunaan *Fintech* pada perbankan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah dalam bertransaksi di aplikasi Tokopedia ?
2. Apakah pengaruh persepsi penggunaan *Fintech* pada perbankan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam bertransaksi di aplikasi Tokopedia ?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui tingkat pengaruh persepsi penggunaan *Fintech* pada perbankan syariah terhadap kepercayaan nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta

- b. Untuk mengetahui tingkat pengaruh persepsi penggunaan *Fintech* pada perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta

2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai bahan kajian bagi pelaku industri keuangan atau perbankan syariah
- b. Sebagai kajian literasi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian lanjut

E. Kajian Pustaka

Secara umum, kajian pustaka adalah bahasan atau bahan-bahan bacaan yang terkait dengan suatu topik atau temuan dalam penelitian.²⁷ Penulis dalam penelitian ini telah merangkum dan mengumpulkan beberapa penelitian yang telah terkumpul dalam kategori jurnal, skripsi, tesis dan disertasi sebagaimana berikut :

Irfan Nurrahmadi Harish dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah menyatakan bahwa Kepercayaan Nasabah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Dan layanan *m-banking* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Peneliti juga menguji keterkaitan antar variabel dan menunjukkan bahwa antar variabel secara bersama-sama menunjukkan keterkaitan dan saling berpengaruh antara kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* secara signifikan.²⁸

Restika Firdayanti tentang Persepsi Risiko Melakukan *E-Commerce* dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk *Fashin Online*.

²⁷ Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, Edisi Keempat, (Jakarta: Pranadamedia, 2013), hlm. 117.

²⁸ Irfan Nurramadi Harish, Skripsi : *Pengaruh Kepercayaan Nasabah*, hlm. 93.

Dalam penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa hubungan antara kepercayaan konsumen dengan persepsi terhadap risiko sebesar – 0,518 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan kata lain semakin tinggi persepsi terhadap risiko maka semakin rendah kepercayaan konsumen pada Mahasiswa Psikologi UNNES.²⁹

Nur Suci Romadliyah tentang Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Nasabah *Lower Class* Tentang *Financial Technolgy* PT. BTPN Syariah Area Surabaya menyebutkan bahwa persepsi nasabah *lower class* area Surabaya tentang *Finetch* cenderung positif. Serta beberapa variable seperti preferensi, sikap dan perilaku juga menunjukkan hasil yang sama dengan prosentase rata-rata 51 %.³⁰

Tabel 1.2:
Daftar Kajian Pustaka Terdahulu

No.	Judul dan Peneliti	Objek dan Teori	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Irfan Nurrahmadi Harish)	Bank Syariah Mandiri, Depok. (Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah)	Kepercayaan Nasabah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Dan layanan <i>m-banking</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Peneliti juga menguji keterkaitan antar variabel dan menunjukkan bahwa antar variabel secara bersama-sama

²⁹ Restika Firdayanti, *Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online*, (Semarang : Journal of Social and Industrial Psychology, UNNES, 2012), hlm. 5.

³⁰ Nur Suci Romadliyah, Tesis : *Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Nasabah Lower Class*, hlm. 125.

			menunjukkan keterkaitan dan saling berpengaruh antara kepercayaan dan kualitas layanan <i>mobile banking</i> secara signifikan
2	Persepsi Risiko Melakukan <i>E-Commerce</i> dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk <i>Fashin Online</i> (Restika Firdayanti)	Mahasiswa UNNES (Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen)	Dalam penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa hubungan antara kepercayaan konsumen dengan persepsi terhadap risiko sebesar $-0,518$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan kata lain semakin tinggi persepsi terhadap risiko maka semakin rendah kepercayaan konsumen pada Mahasiswa Psikologi UNNES.
3	Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Nasabah <i>Lower Class</i> Tentang <i>Financial Technology</i> PT. BTPN Syariah Area Surabaya. (Nur Suci Romadliyah)	Nasabah <i>Lower Class</i> PT. BTPN Syariah Area Surabaya. (Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku)	persepsi nasabah <i>lower class</i> area Surabaya tentang <i>Finetech</i> cenderung positif. Serta beberapa variable seperti preferensi, sikap dan perilaku juga menunjukkan hasil yang sama dengan prosentase rata-rata 51%

Sumber: jurnal, skripsi, tesis dan disertasi.

F. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Persepsi

a. Pengertian persepsi

Persepsi adalah proses di mana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Namun, apa yang diterima seseorang pada dasarnya bisa berbeda dari realitas objektif.³¹ Sedangkan menurut Rahmat mendefinisikan persepsi sebagai pengamatan tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.³²

Persepsi timbul pada individu karena adanya dorongan untuk mengamati lebih jauh tentang suatu objek sebagai pengamatan yang selektif. Secara sederhana persepsi di artikan sebagai kesan atau pandangan seseorang terhadap objek tertentu.³³ Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa persepsi adalah sebuah dorongan individu dalam menginterpretasikan atau menggambarkan suatu objek yang berdampak pada kesan-kesan tertentu.

³¹ Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Jilid 1, (Jakarta: Salmeba Empat, 2008), hlm.175.

³² Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 51.

³³ *Ibid*, hlm. 53.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Seperti yang di kemukakan sebelumnya bahwa persepsi sebagai wujud stimulus individu dalam menangkap sebuah sensor atau objek tertentu. Seperti yang di sebutkan oleh Walgito bahwa persepsi terjadi karena adanya beberapa faktor:³⁴

1) Objek yang di persepsi

Objek menimbulkan stimulus mengenai alat indra atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai resptor. Namun sebagian terbesar stimulkus datang dari luar individu.

2) Alat indera, syaraf, dan pusat susunan syaraf

Alat indra atau resptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima resptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran.

3) Perhatian

³⁴ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Edisi 4, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 89.

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

Sedangkan dalam sudut pandang nasabah. Persepsi nasabah menurut Rangkuti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persepsi nasabah atau suatu jasa adalah:³⁵

1) Harga

Harga yang rendah menimbulkan persepsi produk yang tidak berkualitas. Harga yang terlalu rendah menimbulkan persepsi pembeli tidak percaya kepada penjual. Sebaliknya, harga yang tinggi menimbulkan persepsi produk tersebut berkualitas. Harga yang terlalu tinggi menimbulkan persepsi penjual tidak percaya kepada pembeli.

2) Citra

Citra yang buruk menimbulkan persepsi produk tidak berkualitas, sehingga pelanggan mudah marah untuk kesalahan kecil sekalipun. Citra yang baik menimbulkan persepsi produk berkualitas, sehingga pelanggan

³⁵ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : Gramedia, 2006), hlm. 33 – 35.

memaafkan suatu kesalahan, meskipun tidak untuk kesalahan selanjutnya.

3) Tahap pelayanan

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama ia menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa kualitas pelayanan yang buruk untuk tahap pelayanan selanjutnya, sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan secara keseluruhan.

4) Momen pelayanan

Situasi pelayanan dikaitkan dengan kondisi internal pelanggan sehingga mempengaruhi kinerja pelayanan.

Kinerja pelayanan ditentukan oleh :

- Pelayan
- Proses pelayanan
- Lingkungan fisik di mana pelayanan diberikan.

Karena itu, persepsi pelanggan terhadap suatu pelayanan ditentukan oleh ketiga hal diatas.

c. Indikator persepsi

Menurut Hamka bahwa indikator persepsi terdapat dua macam, yaitu:³⁶

1) Menyerap

Stimulus yang berada di luar individu diserap melalui indra, masuk ke dalam otak dan di organisir dengan pengalaman-pengalaman individu yang telah dimiliki sebelumnya, karena itu penyerapan bersifat individual berbeda satu sama lain meskipun stimulus yang diserap sama.

2) Mengerti atau memahami

Indikator adanya persepsi sebagai hasil proses klasifikasi dan organisasi. Tahap ini terjadi dalam proses psikis. Hasil analisis berupa pengertian atau pemahaman. Pengertian atau pemahaman tersebut juga bersifat subjektif, berbeda-beda bagi setiap individu.

Sedangkan Walgito menyebutkan bahwa indikator persepsi adalah sebagai berikut:³⁷

1) Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu

Rangsang atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba,

³⁶ Hamka, *Pembelajaran Kontekstual dan Aplikasi*, (Bandung: Rafika Aditama, 2002), hlm. 101 – 106.

³⁷ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, hlm. 54 – 55.

pencium, dan pengecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penyerapan atau penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak. Gambaran tersebut dapat tunggal maupun jamak, tergantung objek persepsi yang diamati.

2) Pengertian atau pemahaman

Setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan di dalam otak, maka gambaran tersebut di organisir, di klasifikasikan, di bandingkan, di interpretasikan sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman.

3) Penilaian atau evaluasi

Setelah terbentuk pengertian dan pemahaman, terjadilah penilaian individu. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru di peroleh tersebut dengan kriteria atau norma yang di miliki individu secara subjektif.

Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama.

Oleh karena itu persepsi bersifat individual.

2. Tinjauan Tentang Kepercayaan

a. Pengertian kepercayaan

Robbins mendefinisikan bahwa kepercayaan adalah ekspektasi atau penghargaan positif bahwa orang lain tidak akan bertindak secara oportunistik, baik secara berkata-kata, tindakan dan

kebijakan.³⁸ Menurut Lau dan Lee dalam Fandy Tjiptono berargumen bahwa faktor *trust* terhadap sebuah merek merupakan aspek krusial dalam membentuk loyalitas, karena sebagai kesediaan konsumen untuk mempercayai atau mengandalkan produk/ jasa dalam situasi risiko dikarenakan adanya ekspektasi bahwa produk atau jasa yang bersangkutan akan memberikan hasil yang positif.³⁹

Dari beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa kepercayaan adalah aktifitas individu atau kelompok yang memiliki ekspektasi atau persepsi positif terhadap suatu produk atau jasa yang akan digunakan secara berkelanjutan dalam waktu yang lama sehingga menimbulkan sikap loyalitas terhadap produk atau jasa tersebut.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan

Dalam membentuk kepercayaan terhadap seseorang, Jasfar menyebutkan ada tiga faktor yang mempengarruhi. Yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*) dan integritas (*integrity*).⁴⁰

³⁸ Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Jilid 2, (Jakarta: Salmeh Empat, 2011), hlm. 59.

³⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 398.

⁴⁰ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 164.

1) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki oleh penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kemampuan adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Pada intinya, kemampuan penjual dalam memenuhi kebutuhan perusahaan.

2) Kebaikan hati (*Benevolence*)

Benevolence adalah seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. *benevolence* adalah kesediaan penjual untuk melayani kepentingan konsumen.

3) Integritas (*Integrity*)

Integritas adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

McKnight, dkk. menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan itu ada dua jenis, yaitu : *perceived vendor reputation* dan *perceived quality*.⁴¹

⁴¹ D. Harrison McKnight, dkk. *The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions to Transact with a web site : A Trust Building Model*, (Journal of Strategic Information System, Vol. 11, 2002), hlm. 306.

1) *Perceived vendor reputation* (persepsi reputasi penjual)

McKnight, dkk. mendefinisikan reputasi sebagai berikut :

“Reputation means that one assigns attributes to a person based on second-hand information about them.”

Dari kutipan tersebut dijelaskan bahwa reputasi merupakan suatu atribut yang diberikan kepada penjual berdasarkan pada informasi dari orang atau sumber lain. Reputasi dapat menjadi faktor pembangun kepercayaan yang penting khususnya dalam fase kepercayaan awal. Konsumen yang tidak memiliki pengalaman pribadi dengan *vendor*, reputasi dari mulut ke mulut bisa menjadi kunci untuk menarik pelanggan. Mendengar dari orang lain yang berinteraksi dengan *vendor* adalah pengalaman positif yang dapat membantu dalam mengurangi risiko dan rasa tidak aman ketika pertama berinteraksi dengan *vendor*. Hal tersebut sangat membantu meningkatkan keyakinan konsumen atau pengguna tentang kompetensi yang dimiliki oleh *vendor*.

2) *Perceived quality* (persepsi kualitas)

Pada fase awal pengembangan kepercayaan, dasar kepercayaan/ sikap tidak bisa menjadi pengalaman pribadi dengan pihak lain, karena para pihak lain tidak memiliki pengalaman dengan penjual. Sebaliknya, kepercayaan awal terbentuk dengan cepat berdasarkan informasi dasar tentang apa

saja yang tersedia. Informasi yang tersedia sering datang dalam bentuk sinyal kecil atau isyarat seperti suara dan penampilan fisik.

c. Indikator kepercayaan

Menurut Ganesan dan Shankar dalam Farida Jasfar menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu :⁴²

- 1) Kredibilitas yang didasarkan kepada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain yang membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektivitas dan kehandalan pekerjaan.
- 2) Kebaikan hati yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan, yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk berorganisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

Sedangkan indikator kepercayaan menurut Bowo yaitu:⁴³

- 1) Kredibilitas yang terkait dengan kemampuan perusahaan untuk menemui semua kewajibannya, perusahaan yang mampu memenuhi semua kewajibannya seharusnya akan menimbulkan kemauan membeli untuk melanjutkan hubungan.

⁴² Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, hlm. 165.

⁴³ Nursatyo Heri Bowo, *Analisis Pengaruh Kepercayaan untuk Pengaruh Jangka Panjang*, (Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 1, No. 1, 2003), hlm. 89.

- 2) Kepedulian terkait dengan kemauan perusahaan untuk memperdulikan nasib pelanggan.
- 3) Dapat diandalkan, berarti menimbulkan kemauan pelanggan untuk mengandalkan.

3. Tinjauan Tentang Kepuasan

a. Pengertian kepuasan

Secara umum, “kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang”.⁴⁴

Menurut Richard Oliver dalam Handi Irawan kepuasan adalah repon pemenuhan dari konsumen. Dalam pengertian lain, kepuasan adalah hasil penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.⁴⁵

Sedangkan menurut Cadotte Woodruff dan Jenkins kepuasan adalah perasaan timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk. Tse dan Wilton mendefinisikan kepuasan adalah

⁴⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, (Jakarta : Erlangga, 2009), hlm. 139.

⁴⁵ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Konsumen*, (Jakarta, Elek Media Komputindo, 2003), hlm. 3.

respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk bersangkutan.⁴⁶

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah pengalaman pelanggan atau nasabah dalam menggunakan suatu produk atau jasa yang mendapatkan respon positif dalam menggunakannya. Respon positif tersebut kemudian menjadi sikap royal karena keinginan pelanggan atau nasabah telah terpenuhi.

b. Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan

Menurut Zeithmal dan Bitner, terdapat beberapa macam faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sebagai berikut:⁴⁷

1) Aspek barang dan jasa.

Kepuasan pelanggan terhadap barang dan jasa dipengaruhi secara signifikan oleh penilaian pelanggan terhadap fitur barang dan jasa.

2) Aspek emosi pelanggan.

Emosi atau perasaan pelanggan dapat mempengaruhi persepsinya mengenai tingkat kepuasan terhadap barang dan jasa. Emosi ini berkaitan dengan suasana hati. Pada saat

⁴⁶ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta. Penerbit Andi, 2008). hlm. 169.

⁴⁷ Farida Jasar, *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa, Sumber Daya Manusia, Inovasi dan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta, Salemba Empat, 2012). hlm. 20 – 21.

seseorang mengalami suasana hati yang gembira, emosi akan mempengaruhi persepsi positif terhadap kualitas suatu jasa yang sedang dikonsumsi. Sebaliknya, jika seseorang sedang mengalami suasana hati yang buruk, emosinya akan membawa tanggapan yang buruk terhadap suatu jasa yang sedang dimanfaatkan olehnya walaupun penyampaian jasa tersebut tidak ada kesalahan sedikitpun.

3) Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa.

Pelanggan terkadang dikagetkan oleh sebuah hasil suatu jasa dimana jauh lebih baik atau lebih buruk dari yang di harapkan. Biasanya pelanggan cenderung untuk mencari penyebabnya.

4) Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan.

Pelanggan akan bertanya-tanya pada diri mereka sendiri; “Apakah saya sudah dilayani secara adil dibandingkan pelanggan lain ? apakah pelanggan yang lain mendapatkan perlakuan yang lebih baik, harga yang lebih murah, atau kualitas jasa yang lebih baik ? apakah saya membayar harga yang layak untuk jasa yang saya dapatkan ? apakah saya diperlakukan dengan baik dan sebanding dengan biaya dan usaha yang saya keluarkan ?” pemikiran mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi pelanggan pada tingkat kepuasan terhadap barang dan jasa tersebut.

5) Pelanggan lain, rekan kerja dan keluarga.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh orang lain. Sebagai contoh, kepuasan terhadap penjualan liburan keluarga adalah fenomena dinamis, dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi oleh anggota keluarga selama liburan. Kemudian apakah ekspresi kepuasan atau ketidakpuasan anggota keluarga terhadap perjalanan dipengaruhi oleh cerita yang diceritakan kembali antara keluarga dan memori mengenai suatu peristiwa.

Selain itu, ada lima faktor yang harus diperhatikan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu:⁴⁸

1) Kualitas produk.

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan.

Pada industri jasa adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan pelanggan harapkan.

3) Emosional.

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk atau merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami kepuasan yang lebih tinggi.

⁴⁸ Ririn tri ratnasari dan Mastuti H. Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2011). Hlm. 117-118.

4) Harga.

Produk yang memiliki kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5) Biaya.

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

c. Indikator Kepuasan

Menurut Garvin dalam Ariani, dimensi kepuasan dalam industri jasa adalah:⁴⁹

1) Komunikasi (*communication*), yaitu menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan keluhan dan saran pelanggan.

2) Kepercayaan (*credibility*), sifat jujur dan dapat dipercaya.

3) Keamanan (*security*), bebas dari bahaya, risiko dan keraguan.

4) Memahami pelanggan (*knowing the customer*), berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, mengenal pelanggan reguler.

⁴⁹ Dorothea Wahyu Ariani, *Pengendalian Kualitas Statistik*, (Yogyakarta, Penerbit Andi, 2004), hlm. 8.

- 5) Bukti fisik (*tangible*), penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan.
- 6) Konsistensi kerja (*reliability*), perusahaan mampu menyampaikan layanan benar sejak awal (*right the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan handal.
- 7) Daya tanggap (*responsiveness*), kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu dan melayani para pelanggan dengan segera.
- 8) Kemampuan (*competence*), penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat melayani sesuai kebutuhan pelanggan.
- 9) Akses (*access*), meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak.
- 10) Kesopanan (*courtesy*), meliputi sikap santun, peduli, atensi, dan keramahan pada karyawan kontak (seperti resepsionis, operator, teller bank, dan lain-lain).

4. Pengaruh Persepsi Penggunaan *Finance Technology's* Terhadap Kepercayaan Nasabah Perbankan Syariah

Seperti yang disebutkan oleh McKnight bahwa kepercayaan memiliki hubungan erat dengan persepsi pengguna atau pelanggan.⁵⁰ Seorang konsumen/pengguna yang tidak memiliki pengalaman dalam

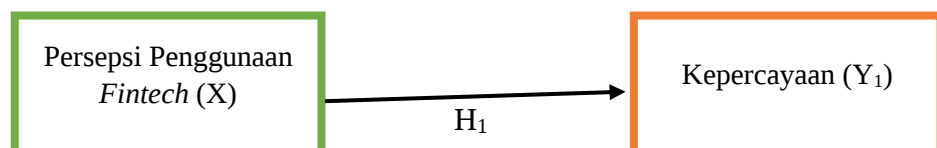
⁵⁰ D.Harrison McKnight, dkk. *The Impact of Initial Consumer Trust*, hlm. 306.

menggunakan *Fintech* akan sangat berpengaruh dalam menentukan persepsi yang dimilikinya terkait penggunaan *Fintech* itu sendiri. Mereka akan mencoba bertanya kepada pengguna lain yang sudah pernah menggunakan *Fintech* atau mendatangi penjual (petugas perbankan yang menyediakan aplikasi *Fintech*) untuk dapat memberikan penjelasan dan *review* terkait *Fintech*.

Kemajuan teknologi saat ini mendorong pelaku industri untuk terus berinovasi dalam pemanfaatan dan pengembangan teknologi. Industri keuangan juga menjadi dampak dari *disruptive innovation*.⁵¹ Seperti kegiatan bank tradisional yang membutuhkan waktu lama dengan tenaga banyak menjadi lebih singkat dan tidak banyak membutuhkan tenaga seperti *mobile banking* atau sejenisnya. Lebih luas jika berbicara soal transaksi keuangan dalam hal ini *Fintech* sebagai era inovasi disruptif dibidang keuangan, yang mampu menggeser kegiatan-kegiatan transaksi tradisional. Era tersebut memunculkan budaya baru dalam melakukan transaksi keuangan khususnya nasabah perbankan syariah.

Gambar 1.3:

Pengaruh Persepsi Terhadap Kepercayaan



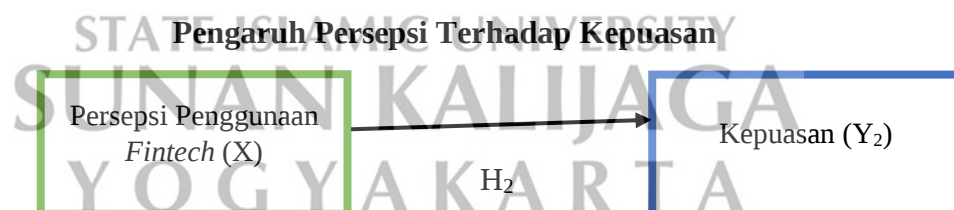
⁵¹ Pertama kalinya diperkenalkan oleh Clayton M. Christensen dan Joseph Bower pada Tahun 1995 (Harvard Business Review, 1995).

5. Pengaruh Persepsi Penggunaan *Finance Technology's* Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

Persepsi pengguna sangat berkaitan erat dengan kepuasan nasabah dalam penggunaan *Fintech*. Seperti yang di sebutkan oleh Rangkuti bahwa salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa.⁵²

Sedangkan dalam hal kepuasan nasabah, seperti hal nya yang disebutkan oleh Zeithmal dan Bitner, tentang aspek barang dan jasa bahwa kepuasan pelanggan terhadap barang dan jasa dipengaruhi secara signifikan oleh penilaian pelanggan terhadap fitur barang dan jasa.⁵³ Dalam hal ini perbankan syariah juga wajib menjaga kredibilitas perusahaan dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah dengan menggunakan fitur-fitur baru.

Gambar 1.4:



⁵² Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, hlm. 30.

⁵³ Farida Jasfar, *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan*, hlm. 20 – 21.

G. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan kerangka teori yang disebutkan. Maka hipotesis yang dapat disusun adalah sebagai berikut:

H^1 = Persepsi penggunaan *Fintech* pada perbankan syariah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan bagi kepercayaan nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

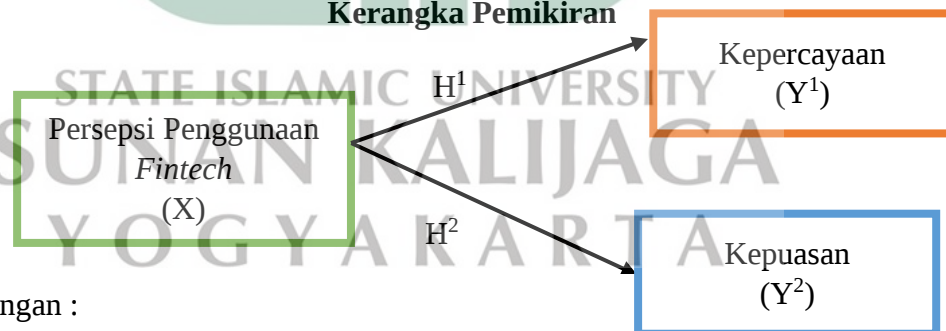
H^2 = Persepsi penggunaan *Fintech* pada perbankan syariah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan bagi kepuasan nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

H. Kerangka Pemikiran

Faktor – faktor yang berpengaruh kepercayaan dan kepuasan dapat disusun dalam kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 1.5:

Kerangka Pemikiran



Keterangan :

X (Variabel Independen) = Persepsi Penggunaan *Fintech*

Y^1 (Variabel Dependen) = Kepercayaan Nasabah

Y^2 (Variabel Dependen) = Kepuasan Nasabah

H^1 = Pengaruh persepsi penggunaan *Fintech* (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y^1)

H^2 = Pengaruh persepsi penggunaan *Fintech* (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y^2)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, pengumpulan data, analisis data dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi penggunaan *Fintech* terhadap kepercayaan nasabah perbankan syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini terlihat dari nilai beta pada kolom *Unstandardized Coefficient* adalah 0,217 atau 21,7% dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, maka dinyatakan bahwa persepsi penggunaan *Fintech* pada perbankan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi penggunaan *Fintech* terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini terlihat dari nilai beta pada kolom *Unstandardized Coefficient* adalah 0,609 atau 60,9% dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dinyatakan bahwa persepsi penggunaan *Fintech* pada perbankan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Saran

1. Saran untuk Perbankan Syariah

- a. Peningkatan layanan yang lebih cepat, mudah, terintegrasi dan banyak pilihan layanan akan membantu nasabah dalam memilih dan memutuskan pilihan layanan yang dibutuhkan.
- b. Kepercayaan dan kepuasan nasabah adalah tujuan utama bagi perbankan syariah dan *marketplace* dalam peningkatan layanan maka meningkatkan sistem keamanan serta program promo menjadi salah satu tugas penting yang harus dilakukan.

2. Saran untuk Tokopedia

- a. Peningkatan layanan model transaksi keuangan khususnya melalui perbankan syariah akan semakin baik untuk memberikan varian pilihan pembayaran bagi konsumen yang memilih untuk menggunakan prinsip syariah

3. Saran untuk Peneliti

- a. Peneliti yang akan melanjutkan hasil penelitian maka sangat disarankan untuk lebih persuasif dalam pengumpulan data pada responden.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat menerjemahkan isi kuisioner dengan menggunakan bahasa yang lebih dipahami oleh responden baik berupa bahasa asing atau istilah-istilah tertentu.
- c. Peneliti sangat disarankan untuk lebih cermat dalam menentukan metode penelitian yang akan digunakan. Tidak hanya terpaku

dengan teori namun juga dapat dilakukan secara fleksibel sesuai dengan kebutuhan lapangan.

- d. Peneliti disarankan untuk dapat meneruskan penelitian terkait variabel yang mempengaruhi kepercayaan diantaranya; kemampuan, kebaikan hati dan integritas.



DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Dorothea Wahyu, *Pengendalian Kualitas Statistik*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004.
- Arner, Professor Douglas W., *Fintech: Evolution and Regulation*, Asian Institute of International Financial Law University of Hong Kong, 2016.
- Bowo, Nursatyo Heri, *Analisis Pengaruh Kepercayaan untuk Pengaruh Jangka Panjang*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 1, No. 1, 2003.
- Christensen, Clayton M., dan Joseph Bower pada Tahun 1995 (Harvard Business Review, 1995).
- Fatwa MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2018 Tentang *Finance Technology* Syariah
- Firdayanti, Restika, *Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online*, Semarang: *Journal of Social and Industrial Psychology*, UNNES, 2012.
- Fithrah, Muh., dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*, Sukabumi: Jejak, 2017.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2011.
- Hamka, *Pembelajaran Kontekstual dan Aplikasi*, Bandung: Rafika Aditama, 2002.
- Harish, Irfan Nurramadi, Skripsi: *Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017.
- Irawan, Handi, *10 Prinsip Kepuasan Konsumen*, Jakarta, Elek Media Komputindo, 2003.
- Jasfar, Farida, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Jasfar, Farida, *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa, Sumber Daya Manusia, Inovasi dan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Salemba Empat, 2012
- Kementerian Agama, *Qur'an Kemenag* (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2018).

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *KBBI Daring*, (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016)

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009.

Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

McKnight, D. Harrison, dkk. *The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions to Transact with a web site: A Trust Building Model*, *Journal of Strategic Information System*, Vol. 11, 2002.

Muzdalifa, Irma, dkk. *Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM di Indonesia; Pendekatan Keuangan Syariah*, Surabaya: Jurnal Masyarif Asy-Syariah Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 1 No.1, 2018.

Nabila, Kunti Nuron, *Dampak Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online ; Studi Pasa Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak*, Semarang: Jurnal Ilmu Administrasi UNDIP, 2018.

Napitupulu, Sarwin Kiko, dkk., *Perlindungan Konsumen pada Fintech; Kajian Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan*, Jakarta, Departemen Perlindungan Konsumen OJK, 2017.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial

Peraturan OJK Nomor 13/POJK.02/2018 Tentang Mekanisme Pembuatan dan Operasional Inovasi Keuangan Digital

Rahardjo, Budi, *Fintech: Layanan Baru, Ancaman Baru ?* <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/01/17/163319426/.fintech.layanan.baru.ancaman.baru> Diakses pada tanggal 11 Desember 2018 pukul 20.29 WIB.

Rahmat, Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.

Rangkuti, Freddy, *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Gramedia, 2006.

Ratnasari, Ririn Tri, dan Mastuti H. Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Robbins, Stephen P., dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Jilid 1, Jakarta: Salemba Empat, 2008.

Robbins, Stephen P., dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Jilid 2, Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Romadliyah, Nur Suci, Tesis, *Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Nasabah Lower Class Tentang Finance Technology PT. BTPN Syariah Area Surabaya*, Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.

Setyosari, Punaji, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, Edisi Keempat, Jakarta: Pranadamedia, 2013.

Sudarmanto, Gunawan, *Analisis Regresi Linier Berganda dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Sugiana, Wari, Tugas Akhir: *Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan*, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2018.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2007.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Sunyoto, Danang, *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*, Daerah Istimewa Yogyakarta: Amara Books, 2007.

Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.

Tjiptono, Fandy, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008.

Walgito, Bimo, *Pengantar Psikologi Umum*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset, 2004.

Widoyoko, Eko Putro, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, Daerah Istimewa Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.

www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/Contents/default.aspx diakses pada tanggal 15 Oktober 2019 pukul 14.18 WIB di Yogyakarta.

www.databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/05/18/2018-jumlah-penduduk-indonesia-mencapai-265-juta-jiwa diakses pada tanggal 20 Februari 2019 pada pukul 09.38 WIB

www.iprice.co.id/insight/mapofecommerce/ diakses pada tanggal 22 September 2018

www.iprice.co.id/insight/mapofecommerce/ diakses pada tanggal 22 September 2018



LAMPIRAN-LAMPIRAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran I

KUISIONER

PENGARUH PERSEPSI PENGGUNAAN *FINANCE TECHNOLOGY'S* PADA PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH DI YOGYAKARTA

(Studi Kasus Terhadap Aplikasi *Marketplace* Tokopedia)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Muhammad Said Mansyur, Mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang pengaruh persepsi penggunaan *finance technology* pada perbankan syariah terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah di Yogyakarta.

Finance Technology adalah salah satu sistem keuangan modern yang menggunakan jaringan internet sebagai modal kerja utama dalam operasionalnya. Saat ini pengembangan *FinTech* terus di galakkan mengingat era modernisasi akan terus maju. Industri keuangan seperti perbankan syariah saat ini juga telah melakukan pengembangan *Finance Technology* seperti layanan *e-money*, *m-banking*, dan layanan-layanan lain serupa.

Dalam hal ini, saya ingin meneliti tentang persepsi Anda dalam melakukan transaksi online seperti menggunakan *m-banking* untuk pembayaran pada aplikasi *marketplace* Tokopedia. Sehingga kami dapat merumuskan berdasarkan pengalaman Anda tentang kepercayaan dan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi online melalui sistem *FinTech* dalam aplikasi Tokopedia.

Demikian pengantar dari kami, semoga dapat memberikan gambaran kepada Bapak/Ibu yang budiman. Atas perhatian dan responnya kami mengucapkan *Jazaakumllah Khoiron Katsiiron*.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Identitas Diri

1. Nama Lengkap :
2. No. Hp :
3. Alamat di Yogyakarta :
4. Usia :
5. Pekerjaan :
6. Sebutkan bank syariah yang Anda gunakan :
(anda dapat memilih lebih dari satu)

Bank BRISyariah	Bank Panin Syariah
Bank Syariah Mandiri	Bank Syariah Bukopin
Bank Muamalat Indonesia	BCA Syariah
Bank BNI Syariah	BTPN Syariah
Bank Syariah Mega Indonesia	BPD DIY Syariah
Lainnya, Sebutkan !	

7. Apakah Anda pengguna aplikasi Tokopedia ?: a. Ya b. Tidak
8. Apakah anda juga menggunakan aplikasi sejenis lainnya ? Jika YA, tolong sebutkan aplikasi tersebut !
9. Berapa pendapatan Anda dalam satu bulan ?
- a. < Rp 1.000.000,- c. Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
- b. Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000 d. > Rp 5.000.000

Petunjuk Pengisian !

Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia dan sesuai dengan Anda !

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

N = Netral

Kuisiomer Variabel Persepsi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sangat terbantu dengan adanya penggunaan <i>Fintech</i> dari pada menggunakan transaksi tradisional atau transaksi langsung.					
2	Saya lebih suka menggunakan transaksi langsung dibandingkan menggunakan <i>FinTech</i>					
3	Dengan menggunakan <i>FinTech</i> berarti saya termasuk orang modern					
4	Saya tertarik menggunakan <i>FinTech</i> karena faktor gaya hidup atau lingkungan masyarakat					
5	Saya menggunakan <i>Fintech</i> karena faktor kemudahan yang ditawarkan					
6	Penggunaan <i>FinTech</i> bisa saya lakukan dimana saja dan kapan saja					
7	Penggunaan <i>FinTech</i> menjadikan keuangan saya tidak transparan, dan tidak aman					
8	Saya merasa aman menggunakan <i>FinTech</i> pada perbankan syariah					
9	Transaksi <i>FinTech</i> pada perbankan syariah tidak melakukan transaksi dengan unsur riba, gharar dan haram					
10	Saya lebih memilih <i>FinTech</i> pada perbankan syariah karena sesuai dengan prinsip Islam					

11	Saya juga menggunakan transaksi <i>FinTech</i> pada perbankan konvensional karena sama saja dengan perbankan syariah					
12	Saya tidak menggunakan <i>FinTech</i> karena terlalu rumit bagi saya					
13	<i>Fintech</i> menjadikan pekerjaan saya semakin rumit dan banyak memakan biaya					
14	Saya merasa kecewa dengan menggunakan <i>FinTech</i> karena tidak aman					
15	Saya menggunakan <i>FinTech</i> karena banyak promo penawaran					

Kuisisioner Variabel Kepercayaan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Transaksi <i>FinTech</i> pada perbankan syariah mampu menjaga kerahasiaan pengguna					
2	Pembayaran melalui perbankan syariah meningkatkan keamanan nasabah dalam bertransaksi dengan menggunakan <i>FinTech</i>					
3	Program promo <i>FinTech</i> pada perbankan syariah selalu saya gunakan					
4	Perbankan syariah mampu mengatasi keluhan dengan baik jika terdapat kesalahan pada transaksi <i>FinTech</i>					
5	Perbankan syariah mampu menyediakan layanan donasi (<i>crowdfunding</i>)					
6	Perbankan syariah mampu memberikan informasi yang benar dan tepat terkait layanan <i>FinTech</i>					
7	Perbankan syariah sulit untuk dihubungi atau dimintai informasi tentang <i>FinTech</i>					

8	Perbankan syariah tidak memberikan kemudahan layanan dan informasi mengenai <i>FinTech</i>					
9	Perbankan syariah tidak mampu menjaga keamanan transaksi menggunakan <i>FinTech</i>					
10	Perbankan syariah tidak pernah memberikan program promo dalam bertransaksi secara <i>FinTech</i>					
11	Saya ragu menggunakan perbankan syariah dalam bertransaksi secara <i>FinTech</i>					

Kuisiomer Variabel Kepuasan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Adanya sistem <i>interface</i> yang mudah dipahami oleh nasabah dalam transaksi pembayaran <i>FinTech</i>					
2	Perbankan syariah memberikan penjelasan tentang <i>FinTech</i> dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti					
3	Perbankan syariah tidak memberikan saran tentang penggunaan <i>FinTech</i> seperti <i>m-banking</i> atau sejenisnya.					
4	Penjelasan karyawan perbankan syariah mengenai <i>FinTech</i> sesuai dengan sistem operasi <i>FinTech</i>					
5	Perbankan syariah tidak mengambil biaya administrasi dalam melakukan transaksi <i>FinTech</i>					
6	Perbankan syariah tidak mengambil potongan dari transaksi yang dilakukan					
7	Perbankan syariah memberikan peningkatan keamanan berupa sinkronisasi dengan nomor telepon					

8	Perbankan syariah melakukan verifikasi nomor telepon sebagai akses <i>FinTech</i> .					
9	Perbankan syariah sering memberikan promo pada transaksi menggunakan <i>FinTech</i>					
10	Tampilan aplikasi <i>FinTech</i> pada perbankan syariah memberikan ketertarikan saya untuk menggunakannya					
11	Aplikasi <i>Fintech</i> perbankan syariah tidak mampu diakses di <i>smartphone</i> , tablet dan laptop					
12	Karyawan perbankan syariah mampu menjelaskan sistem operasional <i>FinTech</i> dengan benar					
13	Karyawan perbankan syariah tidak mampu menyelesaikan permasalahan nasabah terkait transaksi <i>FinTech</i>					
14	Perbankan syariah mampu menyediakan <i>customer service</i>					
15	Perbankan syariah mampu melayani dan mengatasi keluhan nasabah dengan cepat dan tepat					
16	Keluhan transaksi <i>FinTech</i> ditangani langsung oleh teknisi IT perbankan syariah					
17	Semua karyawan perbankan syariah telah menguasai sistem operasional <i>FinTech</i>					
18	Perbankan syariah menyediakan kontak person yang mudah untuk dihubungi terkait layanan <i>FinTech</i>					
19	Karyawan perbankan syariah mudah untuk ditemui terkait penyelesain masalah tentang <i>FinTech</i>					
20	Karyawan perbankan syariah memiliki sikap ramah dalam menangani masalah nasabah					

21	Perbankan syariah tidak memberikan layanan khusus bagi nasabah yang menggunakan <i>FinTech</i>					
22	Tampilan <i>FinTech</i> pada perbankan syariah susah dipahami dan rumit					
23	Penjelasan tentang <i>FinTech</i> tidak begitu jelas dan susah dimengerti oleh nasabah					
24	Perbankan syariah memberlakukan biaya administrasi sebagai potongan transaksi <i>FinTech</i>					
25	Sistem transaksi <i>FinTech</i> tidak begitu aman karena tidak memberikan verifikasi					
26	Transaksi <i>FinTech</i> pada perbankan syariah diberlakukan potongan langsung atau otomatis					
27	Perbankan syariah tidak mampu mengatasi keluhan terkait <i>FinTech</i> dengan cepat dan tepat					
28	Tidak semua karyawan perbankan syariah menguasai tentang <i>FinTech</i>					
29	Perbankan syariah tidak menyediakan kontak narahubung terkait layanan <i>FinTech</i>					
30	Perbankan syariah susah untuk ditemui jika ada permasalahan terkait <i>FinTech</i>					

Lampiran II

KUISIONER

PENGARUH PERSEPSI PENGGUNAAN *FINANCE TECHNOLOGY'S* PADA PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH DI YOGYAKARTA

(Studi Kasus Terhadap Aplikasi *Marketplace* Tokopedia)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Muhammad Said Mansyur, Mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang pengaruh persepsi penggunaan *finance technology* pada perbankan syariah terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah di Yogyakarta.

Finance Technology adalah salah satu sistem keuangan modern yang menggunakan jaringan internet sebagai modal kerja utama dalam operasionalnya. Saat ini pengembangan *FinTech* terus di galakkan mengingat era modernisasi akan terus maju. Industri keuangan seperti perbankan syariah saat ini juga telah melakukan pengembangan *Finance Technology* seperti layanan *e-money*, *m-banking*, dan layanan-layanan lain serupa.

Dalam hal ini, saya ingin meneliti tentang persepsi Anda dalam melakukan transaksi online seperti menggunakan *m-banking* untuk pembayaran pada aplikasi *marketplace* Tokopedia. Sehingga kami dapat merumuskan berdasarkan pengalaman Anda tentang kepercayaan dan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi online melalui sistem *FinTech* dalam aplikasi Tokopedia.

Demikian pengantar dari kami, semoga dapat memberikan gambaran kepada Bapak/Ibu yang budiman. Atas perhatian dan responnya kami mengucapkan *Jazaakumllah Khoiron Katsiiron*.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Identitas Diri

1. Nama Lengkap :
2. No. Hp :
3. Alamat di Yogyakarta :
4. Usia :
5. Pekerjaan :
6. Sebutkan bank syariah yang Anda gunakan :
(anda dapat memilih lebih dari satu)

	Bank BRISyariah		Bank Panin Syariah
	Bank Syariah Mandiri		Bank Syariah Bukopin
	Bank Muamalat Indonesia		BCA Syariah
	Bank BNI Syariah		BTPN Syariah
	Bank Syariah Mega Indonesia		BPD DIY Syariah
	Lainnya, Sebutkan !		

7. Apakah Anda pengguna aplikasi Tokopedia ? : a. Ya b. Tidak
8. Apakah anda juga menggunakan aplikasi sejenis lainnya ? Jika YA, tolong sebutkan aplikasi tersebut !
.....
9. Berapa pendapatan Anda dalam satu bulan ?
c. < Rp 1.000.000,- c. Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
d. Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000 d. > Rp 5.000.000

Petunjuk Pengisian !

Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia dan sesuai dengan Anda !

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

N = Netral

Kuisiioner Variabel Persepsi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sangat terbantu dengan adanya penggunaan <i>Fintech</i> dari pada menggunakan transaksi tradisional atau transaksi langsung.					
2	Dengan menggunakan <i>FinTech</i> berarti saya termasuk orang modern					
3	Saya tertarik menggunakan <i>FinTech</i> karena faktor gaya hidup atau lingkungan masyarakat					
4	Saya menggunakan <i>Fintech</i> karena faktor kemudahan yang ditawarkan					
5	Penggunaan <i>FinTech</i> bisa saya lakukan dimana saja dan kapan saja					
6	Penggunaan <i>FinTech</i> menjadikan keuangan saya tidak transparan, dan tidak aman					
7	Saya merasa aman menggunakan <i>FinTech</i> pada perbankan syariah					
8	Transaksi <i>FinTech</i> pada perbankan syariah tidak melakukan transaksi dengan unsur riba, gharar dan haram					
9	Saya lebih memilih <i>FinTech</i> pada perbankan syariah karena sesuai dengan prinsip Islam					
10	Saya juga menggunakan transaksi <i>FinTech</i> pada perbankan konvensional karena sama saja dengan perbankan syariah					

11	Saya menggunakan <i>FinTech</i> karena banyak promo penawaran					
----	---	--	--	--	--	--

Kuisiomer Variabel Kepercayaan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Pembayaran melalui perbankan syariah meningkatkan keamanan nasabah dalam bertransaksi dengan menggunakan <i>FinTech</i>					
2	Perbankan syariah mampu mengatasi keluhan dengan baik jika terdapat kesalahan pada transaksi <i>FinTech</i>					
3	Perbankan syariah mampu menyediakan layanan donasi (<i>crowdfunding</i>)					
4	Perbankan syariah mampu memberikan informasi yang benar dan tepat terkait layanan <i>FinTech</i>					
5	Perbankan syariah sulit untuk dihubungi atau dimintai informasi tentang <i>FinTech</i>					
6	Perbankan syariah tidak memberikan kemudahan layanan dan informasi mengenai <i>FinTech</i>					
7	Perbankan syariah tidak mampu menjaga keamanan transaksi menggunakan <i>FinTech</i>					
8	Perbankan syariah tidak pernah memberikan program promo dalam bertransaksi secara <i>FinTech</i>					

Kuisiomer Variabel Kepuasan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Adanya sistem <i>interface</i> yang mudah dipahami oleh nasabah dalam transaksi pembayaran <i>FinTech</i>					
2	Perbankan syariah memberikan penjelasan tentang <i>FinTech</i> dengan					

	menggunakan bahasa yang mudah dimengerti					
3	Penjelasan karyawan perbankan syariah mengenai <i>FinTech</i> sesuai dengan sistem operasi <i>FinTech</i>					
4	Perbankan syariah tidak mengambil biaya administrasi dalam melakukan transaksi <i>FinTech</i>					
5	Perbankan syariah tidak mengambil potongan dari transaksi yang dilakukan					
6	Perbankan syariah memberikan peningkatan keamanan berupa sinkronisasi dengan nomor telepon					
7	Perbankan syariah melakukan verifikasi nomor telepon sebagai akses <i>FinTech</i> .					
8	Perbankan syariah sering memberikan promo pada transaksi menggunakan <i>FinTech</i>					
9	Tampilan aplikasi <i>FinTech</i> pada perbankan syariah memberikan ketertarikan saya untuk menggunakannya					
10	Karyawan perbankan syariah mampu menjelaskan sistem operasional <i>FinTech</i> dengan benar					
11	Perbankan syariah mampu menyediakan <i>customer service</i>					
12	Perbankan syariah mampu melayani dan mengatasi keluhan nasabah dengan cepat dan tepat					
13	Keluhan transaksi <i>FinTech</i> ditangani langsung oleh teknisi IT perbankan syariah					
14	Semua karyawan perbankan syariah telah menguasai sistem operasional <i>FinTech</i>					

15	Perbankan syariah menyediakan kontak person yang mudah untuk dihubungi terkait layanan <i>FinTech</i>					
16	Karyawan perbankan syariah mudah untuk ditemui terkait penyelesaian masalah tentang <i>FinTech</i>					
17	Karyawan perbankan syariah memiliki sikap ramah dalam menangani masalah nasabah					
18	Tampilan <i>FinTech</i> pada perbankan syariah susah dipahami dan rumit					
19	Penjelasan tentang <i>FinTech</i> tidak begitu jelas dan susah dimengerti oleh nasabah					
20	Perbankan syariah memberlakukan biaya administrasi sebagai potongan transaksi <i>FinTech</i>					
21	Sistem transaksi <i>FinTech</i> tidak begitu aman karena tidak memberikan verifikasi					

Lampiran III

Variabel Persepsi (X) Try Out

Persepsi (X)															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
4	5	5	5	5	4	2	4	3	4	2	2	1	1	4	51
4	4	3	2	5	4	3	1	5	4	2	3	4	3	2	49
4	5	2	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	56
3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	43
4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	52
4	1	4	1	4	5	1	3	1	3	5	2	2	2	3	41
1	5	1	1	1	1	4	1	1	1	1	5	5	5	2	35
5	4	1	2	5	5	2	3	2	2	3	4	2	2	3	45
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	4	51
4	3	3	2	5	5	2	3	3	3	3	2	2	2	3	45
4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	2	2	4	50
4	2	3	3	5	5	3	3	4	3	3	4	4	3	3	52
4	5	5	3	5	5	3	3	5	5	1	3	3	1	3	54
5	5	1	1	5	5	1	3	1	3	5	1	3	1	5	45
5	4	5	5	5	4	1	4	3	4	2	2	1	1	4	50
5	4	3	5	5	4	1	4	3	4	2	2	1	1	4	48
3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	51
4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	53
5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	2	2	2	5	62
5	2	5	5	5	5	1	3	2	4	1	2	1	1	5	47
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
4	4	2	1	4	4	3	4	2	3	3	2	4	3	4	47
4	2	5	4	5	4	2	4	5	4	4	2	2	2	5	54
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	2	2	2	2	54
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	41
5	3	5	4	5	5	2	5	5	5	1	1	2	2	4	54
5	2	5	4	5	5	1	5	5	5	1	1	1	1	4	50
5	3	5	5	5	5	5	4	2	3	4	1	3	3	5	58
3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	51
4	5	4	5	5	4	1	4	2	4	2	2	1	1	4	48
3	4	5	4	4	3	2	5	2	4	2	2	1	1	4	46
5	5	4	3	4	5	1	3	3	4	2	2	1	1	4	47
5	4	5	5	5	4	1	4	2	4	2	2	1	1	4	49

3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	52
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	52
4	5	5	3	5	5	2	4	4	4	3	3	2	2	3	54
4	4	2	1	4	4	3	4	2	3	3	2	4	3	4	47
4	5	5	3	5	5	2	4	4	4	3	3	2	2	3	54
3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
5	3	5	5	5	5	1	3	3	3	5	1	1	1	5	51
4	3	5	4	5	5	3	2	2	3	3	2	2	4	4	51
4	5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	2	2	3	4	56
5	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	5	60
5	1	4	4	5	5	2	4	4	4	4	4	1	1	5	53
3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	37
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
4	5	4	4	4	5	1	5	2	4	2	2	1	1	4	48
5	4	5	5	5	4	1	4	3	4	2	2	1	1	4	50
4	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	52
3	4	4	3	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	4	53
4	3	4	3	4	5	3	4	4	3	2	2	4	2	3	50
4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2	2	4	50
5	3	5	3	5	5	1	5	5	5	3	1	1	1	3	51
4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	44
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	51
4	2	3	3	4	4	2	3	3	3	3	2	4	3	4	47
4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	1	2	5	50
5	3	4	4	5	5	2	4	4	4	3	2	2	2	4	53
5	2	4	4	5	5	1	4	4	4	1	1	1	1	2	44
3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
4	4	3	4	4	3	4	2	4	5	5	4	4	4	4	57
5	3	4	4	5	5	2	4	4	4	3	2	2	2	4	53
4	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	45
3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	48
3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	53
4	4	5	3	5	5	1	4	4	5	4	3	1	1	5	54
5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	52
4	5	3	5	5	4	1	4	1	4	2	2	1	1	4	46
4	4	3	5	5	4	2	4	1	4	2	2	1	1	4	46
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	55
5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	2	2	2	5	62
4	3	4	4	5	5	2	4	4	3	3	1	1	1	2	46

4	3	4	2	4	4	2	4	4	4	3	2	2	2	5	49
3	5	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	49
2	3	2	2	3	3	3	4	4	3	2	4	3	2	3	43
4	4	4	2	5	5	4	4	3	3	3	4	1	2	2	50
5	3	3	4	5	5	3	3	5	5	2	3	2	4	3	55
4	3	3	5	4	2	2	3	4	3	2	3	3	3	5	49
4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	4	50
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	2	4	51
3	2	4	2	4	5	2	4	3	4	3	1	2	2	2	43
4	3	4	3	4	5	2	3	2	3	3	3	3	1	3	46
3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	2	45
5	1	4	1	5	5	1	5	4	4	2	1	1	1	3	43
4	4	3	3	4	4	3	4	2	4	5	5	4	4	4	57
4	2	5	4	5	5	2	5	5	5	3	1	1	2	3	52
4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3	47
4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	50
4	2	4	2	4	5	2	4	4	3	4	1	1	1	4	45
5	3	5	4	5	4	2	4	5	4	4	1	1	1	5	53
5	2	4	4	4	4	1	4	4	4	4	2	2	2	4	50
4	3	3	4	5	4	3	4	4	4	2	2	2	2	3	49
4	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3	1	1	3	5	49
4	3	1	1	5	5	3	3	3	4	3	3	2	3	4	47
4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	49
5	2	4	4	5	5	1	4	4	4	1	1	1	1	2	44
4	2	3	1	4	5	3	4	4	3	4	3	2	3	3	48
4	3	2	2	4	4	3	4	4	4	2	2	2	3	3	46

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.432	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	45.52	20.010	.212	.400
X1.2	46.14	21.314	-.024	.460
X1.3	45.90	18.919	.232	.387
X1.4	46.25	18.593	.229	.387
X1.5	45.34	19.782	.223	.396
X1.6	45.41	19.982	.159	.410
X1.7	47.10	19.242	.215	.394
X1.8	45.93	19.844	.240	.394
X1.9	46.19	18.822	.246	.383
X1.10	45.89	19.109	.380	.365
X1.11	46.60	19.273	.209	.395
X1.12	47.07	21.702	-.072	.474
X1.13	47.28	22.183	-.123	.489
X1.14	47.26	21.689	-.069	.473
X1.15	45.96	19.312	.268	.383

Variabel Persepsi (X)

Persepsi (X)											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total
4	5	5	5	4	2	4	3	4	2	4	42
4	3	2	5	4	3	1	5	4	2	2	35
4	2	3	3	3	3	3	3	5	3	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	33
4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	38
4	4	1	4	5	1	3	1	3	5	3	34

1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	2	15
5	1	2	5	5	2	3	2	2	3	3	33
4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	40
4	3	2	5	5	2	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	41
4	3	3	5	5	3	3	4	3	3	3	39
4	5	3	5	5	3	3	5	5	1	3	42
5	1	1	5	5	1	3	1	3	5	5	35
5	5	5	5	4	1	4	3	4	2	4	42
5	3	5	5	4	1	4	3	4	2	4	40
3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	37
4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	39
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	52
5	5	5	5	5	1	3	2	4	1	5	41
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
4	2	1	4	4	3	4	2	3	3	4	34
4	5	4	5	4	2	4	5	4	4	5	46
5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	2	44
4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	32
5	5	4	5	5	2	5	5	5	1	4	46
5	5	4	5	5	1	5	5	5	1	4	45
5	5	5	5	5	5	4	2	3	4	5	48
3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	37
4	4	5	5	4	1	4	2	4	2	4	39
3	5	4	4	3	2	5	2	4	2	4	38
5	4	3	4	5	1	3	3	4	2	4	38
5	5	5	5	4	1	4	2	4	2	4	41
3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	40
4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	40
4	5	3	5	5	2	4	4	4	3	3	42
4	2	1	4	4	3	4	2	3	3	4	34
4	5	3	5	5	2	4	4	4	3	3	42
3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	1	3	3	3	5	5	45
4	5	4	5	5	3	2	2	3	3	4	40
4	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	44
5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	5	48
5	4	4	5	5	2	4	4	4	4	5	46

3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	5	1	5	2	4	2	4	39
5	5	5	5	4	1	4	3	4	2	4	42
4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	38
3	4	3	3	5	3	3	4	3	3	4	38
4	4	3	4	5	3	4	4	3	2	3	39
4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	41
5	5	3	5	5	1	5	5	5	3	3	45
4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	33
3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	37
4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	36
4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	42
5	4	4	5	5	2	4	4	4	3	4	44
5	4	4	5	5	1	4	4	4	1	2	39
3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	39
4	3	3	4	4	3	4	2	4	5	4	40
5	4	4	5	5	2	4	4	4	3	4	44
4	4	2	4	3	2	3	3	3	3	4	35
3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	35
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	39
4	5	3	5	5	1	4	4	5	4	5	45
5	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	38
4	3	5	5	4	1	4	1	4	2	4	37
4	3	5	5	4	2	4	1	4	2	4	38
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	52
4	4	4	5	5	2	4	4	3	3	2	40
4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	5	40
3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	34
2	2	2	3	3	3	4	4	3	2	3	31
4	4	2	5	5	4	4	3	3	3	2	39
5	3	4	5	5	3	3	5	5	2	3	43
4	3	5	4	2	2	3	4	3	2	5	37
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	40
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	42
3	4	2	4	5	2	4	3	4	3	2	36
4	4	3	4	5	2	3	2	3	3	3	36
3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	2	31

5	4	1	5	5	1	5	4	4	2	3	39
4	3	3	4	4	3	4	2	4	5	4	40
4	5	4	5	5	2	5	5	5	3	3	46
4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	37
4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	37
4	4	2	4	5	2	4	4	3	4	4	40
5	5	4	5	4	2	4	5	4	4	5	47
5	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	42
4	3	4	5	4	3	4	4	4	2	3	40
4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	5	41
4	1	1	5	5	3	3	3	4	3	4	36
4	3	2	4	4	3	4	4	4	2	3	37
5	4	4	5	5	1	4	4	4	1	2	39
4	3	1	4	5	3	4	4	3	4	3	38
4	2	2	4	4	3	4	4	4	2	3	36

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	35.03	21.201	.571	.663
X1.2	35.41	19.840	.536	.658
X1.3	35.76	20.730	.376	.688

X1.4	34.85	20.856	.579	.659
X1.4	34.92	21.105	.476	.672
X1.6	36.61	26.745	-.188	.771
X1.7	35.44	21.582	.515	.670
X1.8	35.70	21.606	.332	.695
X1.9	35.40	21.495	.562	.666
X1.10	36.11	24.079	.078	.734
X1.11	35.47	22.130	.367	.689

Variabel Kepercayaan (Y1) Try Out

Kepercayaan (Y1)											Total
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
4	2	5	1	4	3	2	3	3	4	5	36
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	35
4	4	3	3	4	3	1	1	2	3	3	31
5	4	4	3	4	3	2	1	1	2	3	32
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	38
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
4	4	5	3	4	3	1	2	2	2	1	31
4	3	4	3	3	2	2	2	2	1	3	29
4	4	3	3	4	3	2	2	1	1	3	30
5	4	4	3	3	3	2	2	1	1	2	30
4	4	3	3	4	3	1	1	2	3	3	31
5	4	4	3	4	3	2	1	1	2	3	32
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	38
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
4	4	5	3	4	3	1	2	2	2	1	31
4	3	4	3	3	2	2	2	2	1	3	29
3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	30
3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	2	36
4	4	3	3	4	3	1	1	2	3	3	31
5	4	4	3	4	3	2	1	1	2	3	32
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	38
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
4	4	5	3	4	3	1	2	2	2	1	31
4	3	4	3	3	2	2	2	2	1	3	29
4	4	3	3	4	3	2	2	1	1	3	30
5	4	4	3	3	3	2	2	1	1	2	30

4	4	3	3	4	3	1	1	2	3	3	31
5	4	4	3	4	3	2	1	1	2	3	32
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	38
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
4	4	5	3	4	3	1	2	2	2	1	31
4	3	4	3	3	2	2	2	2	1	3	29
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	39
4	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	32
3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	37
4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	38
3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	37
4	4	3	3	2	3	2	1	1	2	1	26
4	4	3	3	5	4	3	2	1	1	3	33
3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	28
4	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	32
5	4	5	4	5	5	2	2	2	2	2	38
5	5	4	5	5	5	4	4	4	2	1	44
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	35
4	3	2	4	4	4	2	2	2	2	2	31
4	4	3	4	4	4	2	2	2	2	2	33
5	5	3	3	4	4	1	1	1	1	1	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	32
3	4	3	3	4	4	3	2	2	3	3	34
4	4	3	3	5	4	3	3	2	2	2	35
4	4	2	3	4	4	3	3	2	2	2	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	41
3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	35
4	4	3	3	5	4	3	3	2	2	2	35
4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	1	33
3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	29

3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	39
5	5	4	5	5	5	1	1	1	1	1	34
4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	39
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
4	4	3	5	5	5	2	3	1	2	2	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	5	4	5	5	3	1	2	2	2	37
4	4	2	4	4	4	2	2	2	3	2	33
4	3	3	3	4	4	2	2	2	3	2	32
2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	29
4	3	3	4	5	4	2	2	2	2	2	33
4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	35
4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	36
3	3	3	4	4	4	4	3	2	2	2	34
3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	29
4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	34
3	3	1	4	4	4	4	2	2	3	2	32
3	3	2	3	3	4	2	2	1	3	3	29
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	33
5	5	2	3	4	3	4	4	1	4	1	36
3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	36
5	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	33
3	4	2	3	3	3	4	4	2	3	3	34
4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	34
4	4	2	3	3	4	2	2	2	2	2	30
4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	32
4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	36
4	3	3	4	4	3	2	2	2	3	1	31
4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	1	34
3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	30
4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	30
4	4	2	3	4	4	3	3	2	3	2	34
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	35
4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	2	36

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.498	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	29.69	12.054	-.068	.534
Y1.2	29.85	10.836	.231	.467
Y1.3	30.36	11.768	-.046	.543
Y1.4	30.05	9.785	.366	.423
Y1.5	29.68	10.402	.252	.459
Y1.6	29.92	9.670	.359	.423
Y1.7	31.08	9.367	.390	.409
Y1.8	31.09	9.275	.430	.397
Y1.9	31.44	10.471	.182	.479
Y1.10	31.12	10.571	.177	.480
Y1.11	31.12	11.804	-.058	.548

Variabel Kepercayaan (Y1)

Kepercayaan (Y1)								
1	2	3	4	5	6	7	8	Total
4	5	5	5	2	3	1	2	27
2	1	4	3	2	3	3	4	22
3	4	4	3	3	3	3	3	26
4	3	4	3	1	1	2	3	21
4	3	4	3	2	1	1	2	20
4	4	3	3	4	3	3	4	28
4	5	5	5	2	3	1	2	27
4	3	4	3	1	2	2	2	21
3	3	3	2	2	2	2	1	18
4	3	4	3	2	2	1	1	20
4	3	3	3	2	2	1	1	19
4	3	4	3	1	1	2	3	21
4	3	4	3	2	1	1	2	20
4	4	3	3	4	3	3	4	28
4	5	5	5	2	3	1	2	27
4	3	4	3	1	2	2	2	21
3	3	3	2	2	2	2	1	18
3	3	3	3	2	2	2	3	21
3	4	4	5	3	3	3	3	28
4	3	4	3	1	1	2	3	21
4	3	4	3	2	1	1	2	20
4	4	3	3	4	3	3	4	28
4	5	5	5	2	3	1	2	27
4	3	4	3	1	2	2	2	21
3	3	3	2	2	2	2	1	18
4	3	4	3	2	2	1	1	20
4	3	3	3	2	2	1	1	19
4	3	4	3	1	1	2	3	21
4	3	4	3	2	1	1	2	20
4	4	3	3	4	3	3	4	28
4	5	5	5	2	3	1	2	27
4	3	4	3	1	2	2	2	21
3	3	3	2	2	2	2	1	18
4	3	4	3	2	2	1	1	20
4	3	3	3	2	2	1	1	19
4	3	4	3	1	1	2	3	21
4	3	4	3	2	1	1	2	20
4	4	3	3	4	3	3	4	28
4	5	5	5	2	3	1	2	27
4	3	4	3	1	2	2	2	21
3	3	3	2	2	2	2	1	18
4	5	5	5	2	3	1	2	27
4	5	5	5	2	3	1	2	27
3	4	4	4	3	4	4	3	29

4	3	3	4	3	2	2	2	23
4	4	4	4	3	2	3	3	27
4	4	4	4	2	2	2	4	26
4	4	4	4	3	2	3	3	27
4	3	2	3	2	1	1	2	18
4	3	5	4	3	2	1	1	23
2	3	3	3	2	3	2	3	21
3	4	4	4	2	2	2	2	23
4	4	5	5	2	2	2	2	26
5	5	5	5	4	4	4	2	34
2	2	3	2	2	2	2	2	17
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	5	5	2	3	1	2	27
4	5	5	5	2	3	1	2	27
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	3	3	3	3	3	26
3	4	4	4	2	2	2	2	23
4	4	4	4	2	2	2	2	24
5	3	4	4	1	1	1	1	20
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	4	2	2	2	3	23
4	3	4	4	3	2	2	3	25
4	3	5	4	3	3	2	2	26
4	3	4	4	3	3	2	2	25
4	4	4	4	4	4	4	2	30
4	3	4	3	3	4	2	3	26
4	3	5	4	3	3	2	2	26
4	3	4	4	3	3	2	2	25
3	3	4	3	2	2	2	2	21
4	4	3	4	4	4	3	3	29
5	5	5	5	1	1	1	1	24
4	3	4	4	4	4	4	2	29
4	5	5	5	2	3	1	2	27
4	5	5	5	2	3	1	2	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	3	1	2	2	26
4	4	4	4	2	2	2	3	25
3	3	4	4	2	2	2	3	23

2	3	3	3	2	2	3	2	20
3	4	5	4	2	2	2	2	24
3	3	4	3	3	3	3	4	26
4	3	4	4	3	3	3	2	26
3	4	4	4	4	3	2	2	26
4	3	3	3	2	2	2	2	21
4	3	3	4	3	3	2	3	25
3	4	4	4	4	2	2	3	26
3	3	3	4	2	2	1	3	21
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	4	3	4	4	1	4	28
4	3	4	3	3	4	2	3	26
4	3	4	4	2	2	2	2	23
4	3	3	3	4	4	2	3	26
4	3	4	3	2	2	3	3	24
4	3	3	4	2	2	2	2	22
4	3	4	4	2	2	2	2	23
4	4	4	4	4	2	2	2	26
3	4	4	3	2	2	2	3	23
4	4	3	3	2	3	3	3	25
3	3	2	3	3	3	3	2	22
3	3	3	3	2	2	3	3	22
4	3	4	4	3	3	2	3	26
3	3	3	4	3	3	3	3	25
4	4	4	4	3	2	3	3	27

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.640	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	20.40	10.263	.161	.646
Y1.2	20.60	8.667	.443	.579
Y1.3	20.23	9.734	.216	.638
Y1.4	20.47	8.494	.447	.577
Y1.5	21.63	8.235	.468	.568
Y1.6	21.64	7.990	.550	.544
Y1.7	21.99	9.707	.167	.654
Y1.8	21.67	9.516	.223	.638

Variabel Kepuasan (Y2) *Try Out*

Kepuasan (Y2)																																
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Total		
4	4	2	5	3	3	5	5	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	2	2	1	2	1	3	2	1	93		
4	5	3	1	4	5	3	2	3	1	3	4	5	3	2	5	4	1	3	4	4	3	3	4	5	3	3	2	3	3	98		
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	91		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	2	4	2	3	2	2	105		
3	3	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	87		
4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	95		
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	91		
1	1	4	1	1	1	1	2	1	1	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	78		
3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	1	2	3	3	3	5	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	90		
4	3	2	3	3	2	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	4	3	3	90		
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	89		
3	4	2	4	3	3	4	4	5	4	5	5	2	5	4	4	5	5	5	5	4	2	2	1	4	1	2	1	1	1	100		
3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	2	2	2	2	3	3	3	4	3	4	4	98		
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90		
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	5	3	3	3	3	90		
4	4	2	5	3	3	5	5	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	2	2	1	2	1	3	2	1	93		
4	4	2	5	3	3	5	5	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	2	2	1	2	1	3	2	1	93		
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90		
3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	96		
4	4	2	4	5	5	4	5	5	5	1	4	2	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	98		
4	4	5	5	4	4	5	5	2	2	1	4	1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	2	1	2	2	2	3	1	1	103		
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90		
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90		

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	120	
4	5	1	5	4	4	5	5	5	5	1	4	1	5	4	4	4	5	4	5	1	1	1	2	1	3	4	2	1	2	98	
3	3	2	3	3	3	5	5	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	92	
2	3	2	2	4	3	4	4	3	2	2	3	2	3	2	2	2	4	3	4	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	80	
5	5	2	4	5	5	5	4	4	4	2	4	2	5	5	4	4	4	5	5	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	103	
4	5	2	5	5	4	5	5	4	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	100	
4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	3	5	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	103
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
4	4	2	5	3	3	5	5	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	2	2	1	2	1	3	2	1	93	
4	4	2	5	3	3	5	5	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	2	2	1	2	1	3	2	1	93	
4	4	2	5	3	3	5	5	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	2	2	1	2	1	3	2	1	93	
4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	104	
4	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	2	4	2	2	2	2	97	
4	4	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	100
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	120	
4	4	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	100
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
5	5	1	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	4	5	4	5	5	5	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	106
3	4	4	3	2	2	3	4	3	3	2	2	3	4	4	2	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	90	
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	98	
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	99	
1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	114	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	97
4	4	2	5	3	3	5	5	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	2	2	1	2	1	3	2	1	93	

4	4	2	5	3	3	5	5	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	2	2	1	2	1	3	2	1	93
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	91
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	89
3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	92
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	94
5	5	1	5	3	3	5	5	3	5	1	5	1	5	5	5	5	3	4	5	2	2	1	3	1	3	2	3	2	2	100
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	95
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	88
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	95
3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	83
4	3	4	2	4	4	4	2	2	3	2	2	4	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	82
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	5	3	3	3	3	3	3	104
3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	83
4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	3	2	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	92
3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	90
4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	97
4	5	1	5	3	3	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	4	5	5	5	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	96
4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	104
4	4	2	5	3	3	5	5	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	2	2	1	2	1	3	2	1	93
4	4	2	5	3	3	5	5	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	2	2	1	2	1	3	2	1	93
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	115
4	4	2	4	5	5	4	5	5	5	1	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	98
4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	4	4	4	2	2	3	4	3	3	2	4	2	2	97
4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	92

4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	89	
4	4	2	4	2	4	4	4	3	3	2	4	1	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	2	3	4	2	3	2	3	94	
5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	99	
3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	1	4	3	3	3	3	97	
3	3	4	4	2	3	3	3	2	4	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	2	81	
3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	93	
4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	100
4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	2	5	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	98	
3	4	2	5	3	2	3	3	3	3	1	5	1	5	4	3	5	4	3	5	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	92
2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	91
5	5	3	3	4	3	4	4	3	4	1	4	1	4	5	3	2	3	3	5	3	1	5	3	2	3	1	5	3	3	98	
5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	5	3	3	3	3	3	3	3	104
4	5	2	4	3	3	4	4	3	3	1	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	93	
3	3	3	3	3	1	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	87	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90	
4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	1	4	2	4	4	3	3	4	4	4	2	4	2	3	2	4	2	2	2	2	95	
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	5	5	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	99	
4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	90	
4	4	2	4	3	4	5	5	3	4	5	4	2	4	4	4	4	3	4	5	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	99	
3	2	3	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	103	
2	4	2	4	2	1	4	4	1	4	5	5	3	5	3	2	3	2	2	4	2	3	5	2	5	2	2	4	3	3	92	
3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	5	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	95	
4	3	4	2	4	4	4	2	2	3	2	2	4	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	82	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	91	
3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	88	

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	91.10	50.596	.280	.645
Y2.2	91.05	49.482	.421	.634
Y2.3	91.97	52.797	.065	.663
Y2.4	91.11	51.190	.177	.653
Y2.5	91.44	50.087	.375	.639
Y2.6	91.49	50.697	.269	.646
Y2.7	90.85	51.179	.193	.652
Y2.8	90.83	50.708	.232	.648
Y2.9	91.30	49.747	.353	.639
Y2.10	91.20	50.707	.280	.645
Y2.11	92.23	52.886	.010	.673
Y2.12	91.20	49.596	.398	.636
Y2.13	92.03	53.282	.011	.669
Y2.14	90.99	49.768	.365	.638
Y2.15	91.21	48.592	.459	.629
Y2.16	91.27	48.179	.523	.625
Y2.17	91.34	51.055	.267	.646
Y2.18	91.51	49.323	.338	.638
Y2.19	91.27	49.734	.396	.636
Y2.20	90.83	50.668	.226	.649
Y2.21	91.80	52.768	.084	.660
Y2.22	91.92	52.135	.116	.659
Y2.23	92.07	52.086	.131	.657
Y2.24	91.90	50.475	.255	.646
Y2.25	92.31	51.630	.127	.659
Y2.26	91.80	53.131	.050	.663
Y2.27	92.19	52.701	.061	.664
Y2.28	91.79	55.905	-.209	.680
Y2.29	92.12	54.107	-.042	.671
Y2.30	92.18	52.977	.037	.666

Variabel Kepuasan (Y2)

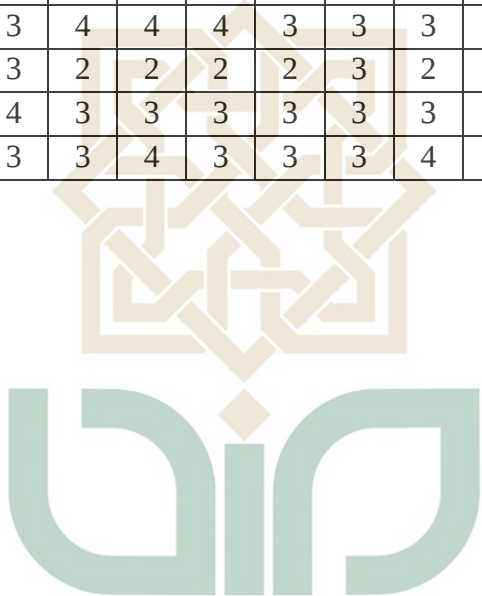
Kepuasan (Y2)																					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	Total
4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	2	1	76
4	5	1	4	5	3	2	3	1	4	3	2	5	4	1	3	4	3	3	4	5	69
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	80
3	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	61
4	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	68
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	5	36
3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	5	1	2	3	3	3	5	3	3	3	3	64
4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	2	66
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	63
3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	2	2	1	4	81
3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	2	2	3	3	65
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	61
4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	2	1	76
4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	2	1	76
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	72
4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	1	2	79

4	4	5	4	4	5	5	2	2	4	5	5	4	4	5	5	5	5	2	1	2	82
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	85
4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	1	1	2	1	82
3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	67
2	3	2	4	3	4	4	3	2	3	3	2	2	2	4	3	4	3	3	2	2	60
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	2	2	2	1	84
4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	86
4	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	3	3	5	2	2	3	3	77
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	2	1	76
4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	2	1	76
4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	2	1	76
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	75
4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	74
4	4	3	3	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	72
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	85
4	4	3	3	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	72
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
5	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3	83
3	4	3	2	2	3	4	3	3	2	4	4	2	2	2	3	4	3	3	3	2	61
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2	2	77

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	77
1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	70
4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	2	1	76
4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	2	1	76
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	62
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	2	71
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	76
5	5	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	4	5	2	1	3	1	83
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	67
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	66
3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	68
3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	64
4	3	2	4	4	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	4	5	3		75
3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	2	2		64
4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3		68
3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	2	2	2		70
4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3		68
4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1	1	3		85

4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	75
4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	2	1	76
4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	2	1	76
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	1	2	79
4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	74
4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	2	69
4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	2	2	3	2	66
4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2	3	73
5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	69
3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	69
3	3	4	2	3	3	3	2	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	56
3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	2	3	2	70
4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	72
4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	5	4	4	4	4	3	5	3	3	3	2	74
3	4	5	3	2	3	3	3	3	5	5	4	3	5	4	3	5	3	2	3	2	73
2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	63
5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	3	2	3	3	5	1	5	3	2	75
5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	4	5	3	75
4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	72
3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	59
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	2	76
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	2	2	2	2	74

4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	74
4	4	4	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	2	3	2	2	77
3	2	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	71
2	4	4	2	1	4	4	1	4	5	5	3	2	3	2	2	4	2	3	5	2	64
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5	2	3	3	2	70
4	3	2	4	4	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	54
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	2	66



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

Case Processing Summary

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	21

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	66.91	61.800	.462	.836
Y2.2	66.86	59.213	.746	.825
Y2.3	66.92	58.499	.637	.827
Y2.4	67.25	62.997	.408	.838
Y2.5	67.30	63.121	.347	.841
Y2.6	66.66	59.318	.608	.829
Y2.7	66.64	59.061	.626	.828
Y2.8	67.11	59.776	.629	.829
Y2.9	67.01	60.757	.571	.832
Y2.10	67.01	59.222	.727	.826
Y2.11	66.80	59.212	.702	.826
Y2.12	67.02	58.121	.770	.823
Y2.13	67.08	58.660	.753	.824
Y2.14	67.15	60.795	.607	.831
Y2.15	67.32	61.755	.396	.839
Y2.16	67.08	59.468	.724	.826
Y2.17	66.64	58.051	.688	.825
Y2.18	67.73	70.159	-.208	.863
Y2.19	67.88	71.723	-.326	.867
Y2.20	67.71	69.844	-.185	.863
Y2.21	68.12	72.794	-.357	.873

Uji Normalitas

a) Persepsi Terhadap Kepercayaan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Mean	.0000000
Normal Parameters ^{a,b} Std.	3.33400015
Deviation	
Absolute	.048
Most Extreme Positive	.044
Differences Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z	.477
Asymp. Sig. (2-tailed)	.977

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b) Persepsi Terhadap Kepuasan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Mean	.0000000
Normal Parameters ^{a,b} Std.	6.78590574
Deviation	
Absolute	.112
Most Extreme Positive	.112
Differences Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z	1.124
Asymp. Sig. (2-tailed)	.160

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Linieritas

a) Persepsi Terhadap Kepercayaan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepercayaan * Persepsi	Between Groups	(Combined)	382.402	20	19.120	1.841	.030
		Linearity	102.400	1	102.400	9.860	.002
		Deviation from Linearity	280.002	19	14.737	1.419	.142
	Within Groups		820.438	79	10.385		
	Total		1202.840	99			

b) Persepsi Terhadap Kepuasan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Persepsi	Between Groups	(Combined)	1767.874	20	88.394	1.939	.020
		Linearity	810.197	1	810.197	17.774	.000
		Deviation from Linearity	957.677	19	50.404	1.106	.362
	Within Groups		3601.126	79	45.584		
	Total		5369.000	99			

Uji Regresi Linier Sederhana

a) Variabel Persepsi Terhadap Kepercayaan

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.292 ^a	.085	.076	3.351

a. Predictors: (Constant), Persepsi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	102.400	1	102.400	9.119	.003 ^b
	Residual	1100.440	98	11.229		
	Total	1202.840	99			

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.805	3.571		6.387	.000
	Persepsi	.217	.072	.292	3.020	.003

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b) Variabel Persepsi Terhadap Kepuasan

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.388 ^a	.151	.142	6.820

a. Predictors: (Constant), Persepsi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	810.197	1	810.197	17.417	.000 ^b
	Residual	4558.803	98	46.518		
	Total	5369.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Persepsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	64.505	7.267		8.876	.000
	Persepsi	.609	.146	.388	4.173	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran IV**DATA RESPONDEN PENGISIAN ANGKET****PERSEPSI PENGGUNAAN FINANCE TECHNOLOGY'S**

No.	Nama	No.Tlpn	Alamat	Usia	Pekerjaan	Bank Syariah yang Anda Gunakan	Berapa Pendapatan Anda Dalam Sebulan ?
1	Ratih Mahdiana Wafi	8,57E+10	Maesan Wahyuharjo Lend	3 17	Pelajar	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
2	Purwa Suhatino	8,13E+10	Lendah, Kulon Progo	17	Pelajar	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
3	Dyah Wulandari	8,57E+10	Lendah, Kulon Progo	17	Pelajar	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
4	Hani Verdiant	8,38E+10	Mojohuro RT 06, Sriharjo, I	17	Pelajar	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
5	Chika Azhari	08383682x	Sapen, Kel. Demangan kec.	18	Mahasiswa	Bank Muamalat Indonesia	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
6	Aprianita	08138263x	Jl Godean Km 6	18	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
7	Ulfa kurnia ekasari	089533773	Trini	19	Mahasiswa	Bank BCA Syariah	< Rp 1.000.000,-
8	Halim Sadega	089542165	Jalan Cantel, UH.	19	Mahasiswa	BPD DIY Syariah	< Rp 1.000.000,-
9	Srimulyani	081392515	Gulon, Srihardono, Pundong	19	Mahasiswa	BPD DIY Syariah	< Rp 1.000.000,-
10	Delina Restiani	082384566	Perum Polri No.B62 Gowok	19	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
11	Sulistina	081929582	Jl. Timoho Gg. Gading	19	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
12	Lianita Fajar Nur Iman Sari	081226508	Lodadi Umbulmartan Ngem	19	Mahasiswa	Bank BCA Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000

13	Bagas	085269587	Trihanggo	19	Pelajar	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
14	Hesty Juan Kirana	085641692	Ngaglik sleman	19	Mahasiswa	Bank BRISyariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
15	Linggar Djati	085726697	Ngemplak, Sleman	19	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
16	Dyta Nur Utami Fathma Hermawan	8,12E+10	Perum Kavling UII Jl. Cend	19	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
17	Niken Ayu Pramitasari	8,19E+10	Ngablak Bangunharjo 002/0	19	Mahasiswa	Bank BCA Syariah	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
18	Chintya Dewi Anggraini	8,78E+10	Pengasih, Kulon Progo	19	Honorar	BPD DIY Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
19	M. Happy Alhaq	8,56E+10	Jl. Imogiri Timur KM.7	19	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
20	Maulida Anita Putri	8,95E+11	Karangsari, RT 01/RW31, W	19	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
21	Asfiatun Jannah	085877888	Jl. Nogorojo	20	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
22	Dayu Kurnia Fahma	083895188	Kulon Progo	20	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
23	Dayu Kurnia Fahma	083895188	Kulon Progo	20	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
24	Mochamad Rizal	085784310	Gondokusuman Kota Yogya	20	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000

25	Rizki Pratama	089570543	Kaligawe, Bantul, Bantul	20	Mahasiswa	Bank Muamalat Indonesia	< Rp 1.000.000,-
26	Dino	082283686	Gedongan mlati	20	Mahasiswa	Bank Muamalat Indonesia	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
27	NT	085760135	Jl. Kartini no 1A Sagan kota	20	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	< Rp 1.000.000,-
28	Fitri Aliyah	088216378	Kotegede	20	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
29	Yunita sari	082313332	Jl mojo baciro yogyakarta	20	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
30	Rozzaq Kurna	8,38E+10	jl. jembatan merah	20	Mahasiswa	Bank BRISyariah	> Rp 5.000.000
31	Daffanska Ranuandy Prabu Chilayasa	8,95E+11	Ponpes Ulul Albab Balirejo,	20	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
32	Ratih Sulistiya Ningsih	8,98E+09	Desa Candi Rejo Rt/Rw :01/	20	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
33	Vabillahnuriya Mahirachmad	8,57E+10	Jl. Prawirokuat no 129 a, Co	20	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
34	Tenya Ika Agnesia	8,22E+10	Muja-Muju UH II/994, RT 4	20	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
35	Firda Ainun Ula	081216635	Jl.pandawa no.6,Bantulan Ja	20	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
36	Ratna Ajeng D	8,57E+10	Giwangan, Sleman	20	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
37	Farij Nabila	8,57E+10	Kalimambu	20	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-

38	Fachri Muzaki Tio Aqilla	8,95E+10	Demangan, Madurejo, Pram	20	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
39	Afif Hilman Jovian	8,13E+10	SOROPADAN CC XII/04 D	20	Mahasiswa	BPD DIY Syariah	< Rp 1.000.000,-
40	Ristanti	085603706	Celeban, bimosari UH 3/445	21	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
41	Syaiful	085330773	Semakin Umbulharjo	21	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
42	Aisyah Nur Salamah	085802290	-	21	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
43	Fahri	085719990	Sapen GKI. Kota Yogyakarta	21	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	< Rp 1.000.000,-
44	Amir	088215070	Papringan	21	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
45	Edgar	081347449	Jl. Kaliurang Km.14	21	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	> Rp 5.000.000
46	Diana Yuli pertiwi	083193782	Jo. Wahid Hasyim, Nologate	21	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	< Rp 1.000.000,-
47	nafi	085628485	Sleman, DIY	21	Mahasiswa	Indonesia	< Rp 1.000.000,-
48	R.san	08572715xxxx		21	Mahasiswa	Indonesia	< Rp 1.000.000,-
49	Ilham Assagaf	8,22E+10	Perumahan griya perwita asr	21	Mahasiswa	Bank Muamalat Indonesia	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
50	Danang Pranawa	8,97E+10	Blok Pathuk NG1/574, kec.	21	Mahasiswa	BPD DIY Syariah	< Rp 1.000.000,-

51	Niken	8,38E+10	Tlajukwojo, Bangunharjo, S	21	Mahasiswa	Bank BCA Syariah	< Rp 1.000.000,-
52	Emsa Citra Saputri	8,32E+10	Karanggayam, Caturtunggal	21	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
53	Tufy Supriyanti	8,23E+10	Banguntapan, Bantul	21	Mahasiswa	Indonesia	< Rp 1.000.000,-
54	Monita Deka M.	8,39E+10	Caturtunggal, Depok, Slema	21	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
55	Siti Fatimah	8,12E+10	Minggir, Sleman	21	Mahasiswa	Bank BRISyariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
56	Abdul Azis Nauval	8,96E+10	Ngemplak, Sleman	21	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
57	Syifa Mutiara Rahma	8,56E+10	Tejokusuman	21	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
58	Januarioanto Syahputra	8,14E+10	Kepanjen, Sleman	21	Mahasiswa	Bank Muamalat	< Rp 1.000.000,-
59	Vivi Setyowati	8,33E+10	Prambanan, Sleman	21	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
60	Lia Susanti	8,18E+10	RT 3/RW 18, Dusun Soka B	21	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
61	Prayudha	8,39E+10	Sleman	21	Mahasiswa	BPD/DIY Syariah	< Rp 1.000.000,-
62	Edgar Nugroho	8,13E+10	Jalan kaliurang km.14 no.22	21	Mahasiswa	Indonesia	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
63	Muhammad Arya Aditya Saputra	8,38E+10	Jl. Kaliurang km 8,3 Dusun	21	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000

64	Muhammad Mansyur	082220560	Banguntapan, Bantul	22	Pengusaha	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
65	Agusfm	089680503	Janti Baru Caturtunggal Dep	22	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
66	Ahmad Syahid	085729140	Caturtunggal Yogyakarta	22	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
67	Bella pratiwi kurnia pratama	082185883	Jalan timoho, gendeng, baci	22	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
68	Lia Durrotul Mukhlisoh	081392792	PP Almunawwir Krapyak-B	22	Mahasiswa	Bank Syariah Mega Indonesia	< Rp 1.000.000,-
69	Nia KZ	085768775	Catur tunggal	22	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
70	Bagas Setyawan	8,96E+10	Purwanggan PA 1/510, Kelu	22	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
71	Andro Art Sandy Octo	8,23E+10	Suryodiningratan Mj2/652 R	22	Mahasiswa	Bank BCA Syariah	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
72	M. Hengki Kurniawan	8,96E+10	Seown, Bantul	22	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
73	Ferian Fembriansyah	8,59E+10	Warungboto, Yogyakarta	22	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
74	Ridho Prabowo	8,14E+10	Banguntapan, Bantul	22	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
75	Nabiul Maarif	8,59E+10	Gg. Tamtama JL Janturan U	22	Mahasiswa	Bank BRISyariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000

76	Andreanto	8,23E+10	Blok O	22	Mahasiswa	Indonesia	< Rp 1.000.000,-
77	Mukiran	8,22E+10	Depok, Sleman	22	Mahasiswa	BPD DIY Syariah	< Rp 1.000.000,-
78	Ahmad Khanifuddin	8,56E+10	Depok, Sleman	22	Mahasiswa	Bank BCA Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
79	Muammar Khadafi	8,14E+10	Sorowajan Baru	22	Mahasiswa	Bank Syariah Mega Indonesia	> Rp 5.000.000
80	Okta Kholifatul A	8,16E+10	Gondokusuman, Yogyakarta	22	Mahasiswa	Bank BCA Syariah	
81	Trubus Adhiati	8,57E+10	Gondokusuman, Yogyakarta	22	Mahasiswa	Bank Syariah Mega Indonesia	< Rp 1.000.000,-
82	Alhamdany	8,59E+10	Pakualaman, Yogyakarta	22	Freelancer	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
83	Widya Faridhatul Jannah	085727299	Dobangsan, giripeni, wates,	23	Ibu Rumah Tangga	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
84	Wahdaniyah	085727299	Dobangsan giripeni wates k	23	Ibu Rumah Tangga	Bank BNI Syariah	< Rp 1.000.000,-
85	Wali Al Akbar	081328057	Modinan No. 195 CR RT 06	23	Mahasiswa	Bank BRISyariah	< Rp 1.000.000,-
86	Eka Fitri Mulyani	081126342	Mejing, Banjararum Kaliba	23	Karyawan Swasta	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
87	Muhammad Solikhin	089941719	Kowang Tamanmartani Kal	23	Mahasiswa	BPD DIY Syariah	< Rp 1.000.000,-
88	Khafidzatul Zuli Meliyani	087874474416		23	Staff accounting	Bank BNI Syariah	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000

89	Putri Kumala Devianti	8,13E+10	Kauman, Pakualaman, Yogy	23	Freelancer	Bank BRISyariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
90	Mohammad Ridwan	8,12E+10	Wonocatur	23	Mahasiswa	Bank Syariah Mega Indonesia	< Rp 1.000.000,-
91	Desy Wulandari	-	Ngemplak, Sleman	23	Karyawan Swasta	Bank BNI Syariah	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
92	Dini Setiahati	8,77E+10	Seyegan, Sleman	23	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	< Rp 1.000.000,-
93	Lyonif Rijal Wafi	8,14E+10	Ngaglik, Sleman	23	Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri	> Rp 5.000.000
94	Deta	085729135	Piyungan Bantul	24	Fasilitator program	Bank BNI Syariah	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
95	Joni	085743793	Sleman	24	Mahasiswa	Bank BNI Syariah	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000

96	Vitra	081326886	Bantul	27	Wiraswasta	Bank BRISyariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
97	Widyasih Dwi Pangesti	082135316	Sidomulyo Bener Yogyakarta	27	Ibu Rumah Tangga	Bank BNI Syariah	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
98	Zakia Sekarpratiwi	085879810	jalan hosokrokroaminoto 146	30	Amil	Bank BNI Syariah	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
99	Nurul Badiah	081231620	Tidak ada	40	Guru	Bank BNI Syariah	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
100	Iin nadzifah	081392111	Perum puri kanoman no 9, jl	40	PNS	Bank BNI Syariah	> Rp 5.000.000



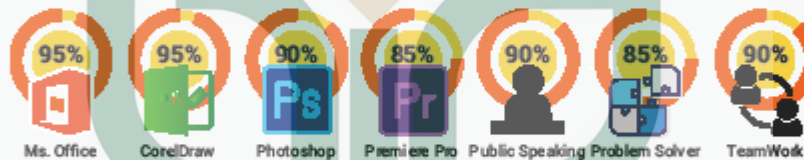
Muhammad Said Mansyur

Motto :

Dare to proceed and do it professionally, totality and still maintain humanity to get a better life

Alias : Dias Mansyur
Date of Birth : Demak, May 23rd 1996
Height and Weight : 167cm | 58kg
Address : Babadan RT.01 RW.05 Sayung, Sayung District, Demak Regency, Central Java
Domisile : Gg. Puntadewa No. 135 RT.05 RW.19 Karangjambe, Banguntapan, Bantul.
Marital Status : Single

Skill



Educational Background

2002 - 2008	2011 - 2014
SDN Sayung 03	MAN 1 Rembang
2008 - 2011	2015 - 2020
MTs. Nahdlatul Syubban Sayung	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (Manajemen Dakwah - S1)

Personal Contact and Social Media

+62 8222 056 0001 | saidmansyur05@gmail.com
@diasmansyur23 | /diasmansyur23 | /in/diasmansyur23

Work Experiences



- **Internship : Annaouncer of RASIDA FM**
1 Tahun (2016)
- **Freelancer : Tour Guide/Tour Leader**
+5 Tahun (2015 - Now)
- **Internship : Accounting and Administration of Dinas Koperasi dan UKM Kab. Sleman**
2 Bulan (Okt-Nov 2017)
- **Freelancer : Graphic Designer**
+5 Tahun (2015 - Now)
- **Personal Assistant for Ka.Sie HANREM Perwakilan BKKBN DIY**
2 Tahun (2018 - 2019)
- **Freelancer : Event Organizer Talent**
+4 Tahun (2016 - Now)
- **Start-Up Business "Shakran Enterprise Indonesia" Event and Tourism Project**
+4 Tahun (2016 - Now)
- **Freelancer : MC(Master of Ceremony)/Moderatory**
+6 Tahun (2014 - Now)



Training and Certificate Liscence



2016_Peer Educator PIK-M Lingkar Seroja

provide training to become peer educators in socializing the GenRe program and campaigning on reproductive health, as well as other youth issues.



2019_Peer Councelor PIK-M Lingkar Seroja

trained to be a peer counselor who is able to hear, understand and accept every problem experienced by adolescents to find the best solution.



2018_Leadership Training UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

train students to be able to prepare themselves in carrying out their duties and mandates as student activity unit managers who are able to lead and run the organization well.



2019_Training Content Creator as Administrator for "GenRe" platform

issues related to reproductive health, gender and other related issues also become the subject of "GenRe". It was presented in a digital content and trained to be able to present it interestingly, and not violate the law



2019_BNSP Licence as Tour Operator (2019 - 2021)

professional certification of expertise as a tour guide or tour leader



Awardee / Presentator / Movement

1. Delegate of International Conference "Youth Involvement Forum" on Jogjakarta 2015
2. Delegate of National Forum "Indonesian Youth Dream Camp" on Jogjakarta 2015
3. Presentator Youth Talkshow "Dream You and Our Nation" on Universitas Negeri Jakarta (UNJ) Jakarta 2015
4. Presentator Youth Workshop "Menginspirasi untuk Berkarya" on Universitas Diponegoro (UNDIP) Semarang 2015
5. Speaker Entrepreneurship Seminar "Yang Muda Yang Berkarya" on Demak Regency, Central Java 2016
6. Delegate of National Conference "Mahasiswa Anti Penyalahgunaan Narkoba" on Institut Pertanian Bogor (IPB) Bogor 2017
7. Awardee "Business Project Award" by CENDI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2017
8. Awardee "Beasiswa Inspiratif" by Dompot Dhuafa Jogja 2017
9. Awardee "Mahasiswa Berprestasi Ekstrakurikuler" by UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2017, 2019
10. 1st Runner-Up "Duta GenRe Daerah Istimewa Yogyakarta" Male Category - BIKKBN DIY 2018
11. Speaker and Trainer for "GenRe Program" in associate of Forum GenRe DIY, BIKKBN DIY and PIK-M Lingkar Seroja (more than 50 events) 2017 - Now
12. 1st Runner-Up National Competition of "PIONIR IX" Compt.brach Business Plan 2019
13. Presentator of "Community Dedication" UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2019
14. Presentator of "Youth Parallel Session - Voice Your Right" ADU JAK GenRe Indonesia 2019



Organization Experiences

- 2015 - 2016 ● Project Manager "Indonesian Youth Dream"
- 2017 and 2018 ● Chief "PIK-M Lingkar Seroja"
- 2017 ● Chief "Keluarga Mahasiswa Demak Yogyakarta"
- 2019 - 2020 ● Coor. Public Relation and Media "Forum GenRe DIY"



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230, Email. fd@uin-suka.ac.id



NIM : 15240053
NAMA : MUHAMMAD SAID MANSYUR

TA : 2019/2020
SMT : SEMESTER GENAP

PRODI : Manajemen Dakwah
NAMA DPA : Dra. Hj. Mikhriani, MM

No.	Nama Mata Kuliah	SKS	Kis	Jadwal Kuliah	No. Ujian	Pengampu	Paraf UTS	Paraf UAS
1	Skripsi	6	A	MIN 07:00-12:00 R: PD-309	0	Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.	...	...

Catatan Dosen Pembimbing Akademik:

Mahasiswa
Sks Ambil : 6/16

MUHAMMAD SAID MANSYUR
NIM: 15240053

Yogyakarta, 16/01/2020
Dosen Pembimbing Akademik

Dra. Hj. Mikhriani, MM
NIP: 19640512 200003 2 001



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, e-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta

SERTIFIKAT

Nomor : B-094/Un.02/MD/TQ.00/06/2018

Diberikan kepada:

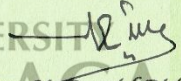
MUHAMMAD SAID MANSYUR
NIM: 15240053

Dinyatakan **LULUS** dalam **Tahfid Qur'an Juz 30** yang diselenggarakan oleh Program Studi
Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga dengan nilai: **B**
Demikian sertifikat ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Mengetahui
Dekan


Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 28 Juni 2018
Ketua Program Studi


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
NIP. 19670104 199303 1 003



KEMENTERIAN AGAMA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email : fd@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

NO : B-1191/Un.02/DD/PP.01.2/06/2016

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa :

MUHAMMAD SAID MANSYUR

15240053

LULUS dengan Nilai 91.75 (A)

Ujian sertifikasi Baca Tulis Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga



Dekan

Dr. Nurjannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 01 Juni 2016

Ketua

Alimatul Qibtiyah, S.Ag. MSI., MA., Ph.D

NIP. 19710919 199603 2 001



INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF



YOGYAKARTA



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT

Nomor: UIN.02/R.3/PM.03.2/4397/2015



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : MUHAMMAD SAID MANSYUR
NIM : 15240053
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya mengikuti seluruh kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2015/2016

Tanggal 24 s.d. 26 Agustus 2015 (24 jam pelajaran)

Yogyakarta, 1 September 2015

a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[Signature]
Dr. Siti Ruhaini Dzuhayatin, M.A.
NIP. 19630517 199003 2 002



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data

SERTIFIKAT
Nomor: UIN-02/L3/PP.00.9/0.24.1.211/2016

TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada
Nama : Muhammad Said Mansyur
NIM : 15240053
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	90	A
2.	Microsoft Excel	90	A
3.	Microsoft Power Point	85	B
4.	Internet	85	B
5.	Total Nilai	87,5	A
Predikat Kelulusan		Sangat Memuaskan	



Yogyakarta, 31 Agustus 2016

Kepala PTIPD

D. Shofwatul'Uyun, S.T., M.Kom.

NIP. 19820511 200604 2 002

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)



SERTIFIKAT

Nomor: B-4683.14/UN/L3/PM.3.2/P3.145/09/2019

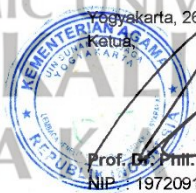
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga
memberikan sertifikat kepada:

Nama : Muhammad Said Mansyur
Tempat, dan Tanggal Lahir : Demak, 23 Mei 1996
Nomor Induk Mahasiswa : 15240053
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek,
Tahun Akademik 2018/2019 (Angkatan ke-99), di:

Lokasi : Hargorejo
Kecamatan : Kokap
Kabupaten/Kota : Kab. Kulonprogo
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 01 Juli s.d. 29 Agustus 2019 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 97,43 (A).
Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata
(KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian
Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 26 September 2019

Ketua

Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
NIP. 19720912 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, e-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta

SERTIFIKAT

Nomor : B-083/Un.02/MD/PP.00/01/2019

Diberikan kepada:

MUHAMMAD SAID MANSYUR
NIM: 15240053

Dinyatakan *LULUS* dalam *Praktikum Profesi* yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sleman dengan nilai: *A*. Demikian sertifikat ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya



Mengetahui
Dekan
Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 16 Januari 2019
Ketua Program Studi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
NIP. 19670104 199303 1 003



UNIT KEGIATAN MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA
PUSAT INFORMASI & KONSELING - MAHASISWA LINGKAR SEROJA



SERTIFIKAT

NOMOR: 009/P/PSKS-PIKMLS/IX/2019

Berdasarkan keputusan Kepala BKKBN nomor: 456/PER/F6/2015 tentang Pedoman Pengelolaan Pusat Informasi dan Konseling Remaja/Mahasiswa dan mengingat Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga PIK-M Lingkar Seroja UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, telah memutuskan kepada:

Muhammad Said Mansyur

sebagai

KONSELOR SEBAYA

telah dinyatakan **LULUS** dalam kegiatan Pendidikan dan Pelatihan Konselor Sebaya yang diselenggarakan pada hari Minggu tanggal 13 Oktober 2019 di Yogyakarta dengan kompetensi keahlian dan keilmuan sebagai berikut: (1) Kesetaraan Gender, (2) Kekerasan Terhadap Perempuan Berbasis Gender, (3) Prinsip-prinsip Dalam Konseling, (4) Langkah-langkah Konseling & Teknik Fasilitasi.

KETUA UMUM
UKM PIK-M LINGKAR SEROJA

Fahri Tri Setio
NIM. 17103080042

PEMBINA UKM
UKM PIK-M LINGKAR SEROJA

dr. Diana Rismajani
NIP. 197107292005022003

MENGETAHUI,
KASUBBID BINA KETAHANAN REMAJA
PERWAKILAN BKKBN DIY

Drs. Didik Sudarmadi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



PUSAT INFORMASI DAN KONSELING - MAHASISWA LINGKAR SEROJA



SERTIFIKAT

Nomor : 005/PS-PIKMLS/XII/2015

Berdasarkan keputusan Kepala BKKBN nomor : 456/PER/F6/2015 tentang Pedoman Pengelolaan Pusat Informasi dan Konseling Remaja/Mahasiswa dan mengingat Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga PIK-M Lingkarseroja UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, telah memutuskan kepada :

MUHAMMAD SAID MANSYUR

sebagai

PENDIDIK SEBAYA (*PEER EDUCATOR*)

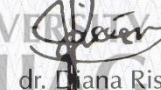
telah dinyatakan **LULUS** dalam kegiatan Pendidikan dan Pelatihan Pendidik Sebaya (*Peer Educator*) yang diselenggarakan pada hari Sabtu dan Minggu tanggal 21 hingga 22 November 2015 di Yogyakarta dengan kompetensi keahlian dan keilmuan sebagai berikut ; (1) Pengelolaan PIK-R/M, (2) Seksualitas, (3) Pendewasaan Usia Perkawinan, (4) NAPZA, (5) HIV-AIDS, (6) Public Speaking, dan (7) Life Skill.

Ketua Umum


Deddy Susanto

NIM. 13710047

Pembina


dr. Diana Rismajani

NIP. 197107292005022003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Sertifikat

Nomor: 1689/Un.02/R.3/PM.03.2/03/2018

diberikan kepada

Muhammad Said Mansyur

sebagai

PESERTA

Pelatihan Kepemimpinan bagi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2018
yang diselenggarakan pada tanggal 8 – 10 Maret 2018 di Karanganyar, Jawa Tengah.

Yogyakarta, 12 Maret 2018

a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Waryono

4430276



BADAN NASIONAL
SERTIFIKASI PROFESI
INDONESIAN PROFESSIONAL
CERTIFICATION AUTHORITY



SERTIFIKAT KOMPETENSI
CERTIFICATE OF COMPETENCE

No. 79120 5113 0001605 2019

Dengan ini menyatakan bahwa,
This is to certify that,

Muhammad Said Mansyur

No. Reg. PAR.1051.000070 2019

Telah kompeten pada bidang:
Is competent in the area of:

Perjalanan Wisata
Tour Operation

Dengan Kualifikasi/Kompetensi:
With Qualification/Competency:

Sertifikat III Pemandu
Certificate III Guiding

Sertifikat ini berlaku untuk: 3 (tiga) Tahun
This certificate is valid for: 3 (three) Years

Yogyakarta, 8 April 2019

Atas nama Badan Nasional Sertifikasi Profesi
On behalf of Indonesian Professional Certification Authority
Lembaga Sertifikasi Profesi Pariwisata dan Spa Indonesia
Indonesian Tourism and Spa Professional Certification Institution

STATE ISLAMIC UNIVERSITY

UNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA



Lastiani Warih Wulandari, S.E., M.M.

Direktur
Director



Daftar Unit Kompetensi

List of Unit(s) of Competency

NO	Kode Unit Kompetensi <i>Code of Competency Unit</i>	Judul Unit Kompetensi <i>Title of Competency Unit</i>
1.	D2.TCC.CL1.01	Bekerjasama secara efektif dengan kolega dan pelanggan <i>Work effectively with customers and colleagues</i>
2.	D2.TCC.CL1.02	Bekerja dalam lingkungan sosial yang berbeda <i>Work in a socially diverse environment</i>
3.	D2.TCC.CL1.04	Mengikuti prosedur kesehatan, keselamatan, dan keamanan di tempat kerja <i>Follow safety and security procedures</i>
4.	D2.TCC.CL1.05	Berkomunikasi secara efektif melalui telepon <i>Communicate effectively on the telephone</i>
5.	D2.TCC.CL1.07	Mengembangkan dan memperbaharui pengetahuan tentang industri pariwisata <i>Develop and update tourism industry knowledge</i>
6.	D2.TCC.CL1.10	Mencari dan mendapatkan data komputer <i>Access and retrieve computer-based data</i>
7.	D2.TCC.CL1.11	Berkomunikasi secara lisan dalam Bahasa Inggris pada tingkat operasional dasar <i>Speak English at a basic operational level</i>
8.	D2.TCC.CL1.13	Menggunakan alat bantu bisnis dan teknologi <i>Use common business tools and technology</i>
9.	D2.TCC.CL1.14	Melakukan tugas perlindungan anak yang relevan dengan industri pariwisata <i>Perform child protection duties relevant to the tourism industry</i>
10.	D2.TCC.CL1.15	Melakukan prosedur dasar pertolongan pertama <i>Perform basic first aid procedures</i>
11.	D2.TTG.CL3.01	Bekerja sebagai pemandu wisata <i>Work as a tour guide</i>
12.	D2.TTG.CL3.03	Melakukan kegiatan pemanduan di lapangan <i>Conduct interpretive activities in the field</i>
13.	D2.TTG.CL3.04	Melakukan pemeriksaan pra keberangkatan <i>Conduct pre-departure checks</i>
14.	D2.TTG.CL3.05	Mengkoordinasikan dan mengoperasikan tur sehari (kunjungan singkat) <i>Co-ordinate and operate a day-tour (or short excursions)</i>
15.	D2.TTG.CL3.08	Mengembangkan dan memperbaharui pengetahuan lokal <i>Develop and maintain local general knowledge</i>
16.	D2.TTG.CL3.11	Membangun dan memelihara kondisi tur yang aman <i>Establish and maintain safe touring conditions</i>
17.	D2.TTG.CL3.12	Memimpin tur kelompok secara bertanggung jawab <i>Lead tour groups in a responsible manner</i>
18.	D2.TTG.CL3.06	Memahami dan menghormati budaya asli <i>Demonstrate/observe respect for indigenous cultures</i>
19.	D2.TTG.CL3.07	Mengembangkan dan mengkoordinasikan aktivitas wisata sesuai dengan budaya <i>Develop and co-ordinate appropriate cultural tourism activity</i>
20.	D2.TTG.CL3.09	Menggunakan berbagai jenis kendaraan <i>Drive various types of service vehicles</i>
21.	D2.TTG.CL3.10	Membangun dan memelihara tempat kerja yang aman <i>Establish and maintain a safe and secure workplace</i>
22.	D2.TTG.CL3.13	Menjaga kontak dengan agen penangan <i>Maintain contacts with handling agents</i>
23.	D2.TTG.CL3.14	Mengelola dan memfasilitasi perpanjang tur <i>Manage and facilitate an extended tour experience</i>
24.	D2.TTG.CL3.15	Merencanakan, mengembangkan dan mengevaluasi kegiatan interpretative <i>Plan, develop and evaluate interpretive activities</i>
25.	D2.TTG.CL3.16	Merencanakan dan melaksanakan kegiatan dengan dampak minimal <i>Plan, trial and implement minimal impact operations</i>
26.	D2.TTG.CL3.17	Menyusun dan menyajikan informasi pada tur <i>Prepare and present tour commentaries</i>
27.	D2.TTG.CL3.19	Meneliti dan menyebarkan informasi mengenai budaya asli <i>Research and share information on indigenous cultures</i>
28.	D2.TTG.CL4.04	Melakukan pemeriksaan pra keberangkatan <i>Conduct pre-departure checks</i>
29.	D2.TCS.CL5.23	Mencari dan membuat paket produk dan jasa wisata <i>Source and package tourism products and service</i>
30.	D2.TCC.CL1.16	Mengembangkan lingkungan yang aman bagi anak-anak di lokasi pariwisata <i>Develop protective environments for children in tourism destinations</i>
31.	D2.TTA.CL2.01	Mendapat dan menginterpretasikan informasi produk <i>Access and interpret information</i>

Yogyakarta, 8 April 2019



Muhammad Said Mansyur
Tanda tangan pemilik
Signature of holder

Lembaga Sertifikasi Profesi Pariwisata dan Spa Indonesia
Indonesian Tourism and Spa Professional Certification Institution


Lilis Jeki Apriliana
Manajer Sertifikasi
Certification Manager



GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

PIAGAM PENGHARGAAN

Nomor : 30/PG/2018

Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta menetapkan dan memberikan
Penghargaan kepada :

MUHAMMAD SAID MANSYUR

PIK Remaja Lingkar Seroja UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Atas Prestasi sebagai :

JUARA - II

Duta GenRe Jalur Pendidikan Kategori Putra
Tingkat Provinsi Tahun 2018

Demikian untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya
dan diucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



HAMENGKU BUWONO X

Sertifikat

Diberikan kepada :

Muhammad Said Mansyur

sebagai

JUARA II

CABANG LOMBA BUSSINESS PLAN

Pekan Ilmiah, Olahraga, Seni dan Riset (PIONIR) IX Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) Se-Indonesia
di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Tanggal 15 - 21 Juli 2019

a.n. Direktur Jenderal,
Direktur Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam,



Arskal Salim GP

PIONIR IX
UNIMAU LANA MALIK
IBRAHIM MALANG 2019

Rector
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN JAGRA
YOGYAKARTA





Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta
Indonesia



2017

Business Project Award Certificate

Diberikan Kepada :

M. Said Mansyur (Shakran Enterprise)

Kategori

BISNIS TERENCANA

Pada Acara Gebyar Cendi 2017

*yang diselenggarakan Pada Tanggal 20 & 21 Oktober 2017 di Gedung Prof. H.M. Amin Abdullah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
KALIJAGA
YOGYAKARTA
CENTER FOR ENTREPRENEURSHIP & CAREER STUDIES

Ahmad Shalehudin, S. Th.I., M.A.



Fakultas Sains dan Teknologi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
LPPM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

SERTIFIKAT

No : B-4533.3/Un.02/L3/PM.03.2/09/2019

Diberikan kepada

MUHAMMAD SAID MANSYUR

Sebagai

Presenter

Konferensi Pengabdian Masyarakat

INTEGRASI-INTERKONEKSI ISLAM & IPTEK
DALAM PENGEMBANGAN PENGABDIAN MASYARAKAT
yang berlangsung pada 24 September 2019 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

a.n. Ketua LPPM
Kepala PPM

Didik Krisdiyanto, S.Si., M.Sc
NIP. 19811111 201101 1 007

Ketua Panitia

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



Sertifikat

Diberikan Kepada :

MUHAMMAD SAID MANSYUR

Sebagai :

PEMBICARA / PRESENTER

KATEGORI USIA 21 - 24 TAHUN

Youth Parallel Sharing Session dalam rangka kegiatan Apresiasi Duta GenRe Indonesia
dan Jambore Ajang Keaktifitas GenRe Tahun 2019,
yang diselenggarakan pada 16 - 20 Desember 2019 di Hotel Ciputra, Jakarta

Jakarta, 20 Desember 2019

Kepala Badan Kependudukan dan
Keluarga Berencana Nasional

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

dr. Hasto Wardoyo, Sp. OG (K)



CERTIFICATE OF PARTICIPATION

This Certificate is awarded to:

Muhammad Said Mansyur

As an active participant of

**THE FIRST INTERNATIONAL CONFERENCE OF INDONESIA
FAMILY PLANNING AND REPRODUCTIVE HEALTH**

Yogyakarta, 30 September-2 October, 2019

Prof. dr. Siswanto Agus Wilopo, SU, MSc, ScD
Chair of the Conference

Prof. dr. Mei Wita Budiharsana, MPA, PhD
Chair of Scientific Committee

**This conference is awarded 15 credit points (SKP) based on the Indonesian Doctors Association (IDI)'s decree on professional credit points No 0928/PB/A.4/09/2019*

**This conference is awarded 5 credit points (SKP) based on the Indonesian Public Health Association (IAKMI)'s decree on professional credit points No 594/IAKMI/PUSAT/SKP*

**This conference is awarded 4 credit points (SKP) based on the Indonesian Midwives Association (IBI)'s decree on professional credit points No 6065/S/SKP-IBI/IX/2019*



KEMENTERIAN KOORDINATOR
BIDANG PEMBANGUNAN MANUSIA DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Sertifikat Gathering "Positif Bermedia Sosial"

Diberikan Kepada :

MUHAMMAD SAID MANSYUR

Sebagai Peserta

Gathering "Positif Bermedia Sosial"
Yogyakarta, 20 Mei 2019

Deputi Bidang Koordinasi Kebudayaan,
Kemenko PMK


Nyoman Shuida

GERAKAN *Revolusi*
NASIONAL *Mental*

integritas.etos kerja.gotong royong





KEMENTERIAN PERTAHANAN RI
KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN PERTAHANAN

Piagam Penghargaan

NOMOR: PP / 45 / 07 / 2019

DIREKTUR JENDERAL STRATEGI PERTAHANAN
KEMENTERIAN PERTAHANAN REPUBLIK INDONESIA

Memberikan penghargaan kepada:

MUHAMMAD SAID MANSYUR

Sebagai

PESERTA

Parade Cinta Tanah Air Tingkat Provinsi Tahun 2019

Diberikan di Yogyakarta
pada tanggal 29 - Juli - 2019

Direktur Jenderal
Strategi Pertahanan

Selaku
Rozekki Eko Hs
Mayor Jenderal TNI

