

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK MUAMALAT
KANTOR CABANG PEMBANTU WONOSOBO**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

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

oleh:

Firdayanti

NIM. 15820037

PEMBIMBING

DIAN NURIYAH SOLISSA, S.H.I., M.Si

NIP. 19840216 200912 2 004

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, produk, promosi, lokasi, orang, bukti fisik dan proses terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh masyarakat yang menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Wonosobo. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 responden. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner dengan skala *likert* yang mengukur variabel-variabel harga, produk, promosi, lokasi, orang, bukti fisik, dan proses terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Seluruh data diolah dan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 20.

Hasil penelitian (Uji T) ini menyatakan bahwa harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo. Produk, lokasi, karyawan atau orang, bukti fisik dan proses tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Muamalat. Hasil (Uji F) menunjukkan bahwa harga, produk, promosi, lokasi, karyawan atau orang, bukti fisik dan proses secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo.

Kata kunci: harga, produk, promosi, lokasi, orang, bukti fisik, proses, dan minat

ABSTRACT

This research is a study that aims to determine the effect of prices, products, promotions, locations, people, physical evidence and processes on people's interest in using Bank Muamalat KCP Wonosobo products. in this study the population is all people who are customers at Bank Muamalat KCP Wonosobo. The sample used in this study was 100 respondents. the method of collecting data using the questionnaire method with the Likert scale which measures the variables of price, product, promotion, location, people, physical evidence, and the process of people's interest in using Bank Muamalat KCP Wonosobo products. Data analysis using multiple linear regression. all data is processed and analyzed using SPSS version 20.

The results of this study (T Test) state that prices and promotions have a positive and significant effect on people's interest in using Bank Muamalat KCP Wonosobo products. product, location, employee or person, physical evidence and process does not have a positive and insignificant effect on the community's interest in becoming a customer at Bank Muamalat. The results (Test F) show that prices, products, promotions, locations, employees or people, physical evidence and processes simultaneously have a positive and significant effect on the interest of the community in the interest of the community using the Bank Muamalat KCP Wonosobo product.

keywords: price, product, promotion, location, person, physical evidence, process, and interests



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Firdayanti

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Firdayanti

NIM : 15820037

Judul Skripsi : “ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat
Menggunakan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang
Pembantu Wonosobo”

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Rabiul Awwal 1440 H

15 November 2018

Pembimbing,

Dian Nuriyah Solissa, S.H., L., M.Si

NIP. 19840216 200912 2 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: B-3125/Un.02/DEB/PP.00.9/11/2018

Tugas Akhir dengan judul : **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo”**


yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Firdayanti
Nomor Induk Mahasiswa : 15820037
Telah diujikan pada : Rabu, 21 November 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

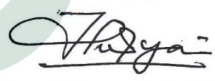
Ketua Sidang


Dian Nurivah Solissa, S.H.I., M.Si.
NIP. 19840216 200912 2 004

Penguji I


Muh. Ghofur Wibowo, SE., M.Sc
NIP. 19860314 200312 1 003

Penguji II


Sofyan Hdinata, SE., M.Sc., Ak
NIP. 19851121 201503 1 005

Yogyakarta, 26 November 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN




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

SYARAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Firdayanti

NIM : 15820037

Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam bodynote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 7 Rabiul Awwal 1440 H
15 November 2018



Penyusun

Firdayanti

15820037

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

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

Nama : Firdayanti
NIM : 15820037
Jurusan/ Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo”

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada Tanggal: 7 Rabiul Awwal 1440 H

15 November 2018

Yang Menyatakan,



(Firdayanti)

MOTTO

Sebarlah beribu-beribu kebaikan karena kamu tak akan merasa rugi
“Jika kamu berbuat baik, berarti kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika
kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri”. (QS.Al-Isra’:7)”



PERSEMBAHAN

Bagi kedua orang tua

Bagi adik perempuan saya

Bagi keluarga besar saya

Bagi sahabat-sahabat saya yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi

Bagi teman-teman seperjuangan yang mengejar wisuda Februari 2019

Bagi teman-teman perbankan syariah 2015

Bagi orang yang mempermudah urusan orang lain

Dan bagi siapa saja yang berjuang dalam pendidikan



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

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

Alhamdulillah berkat hidayah dan pertolongan-Nya, penulis dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo”. Skripsi ini belum tentu selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang ikut memberi andil dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Dian Nuriyah Solissa, S.H.I., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Muhammad Ghofur Wibowo, SE., M.Sc. dan Sofyan Hadinata, SE., M.Sc., Ak selaku Dosen Penguji Munaqosah.

6. Bapak dan Ibu dosen Perbankan Syariah yang telah membagi ilmunya terhadap penulis selama belajar di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Segenap karyawan yang telah banyak membantu terhadap kelancaran proses belajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Seluruh staff pegawai Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo yang senantiasa merelakan waktunya untuk membimbing dan bekerja sama.
9. Keluarga saya tercinta, kedua orang tua saya Ayahanda Ahmad Farid dan Ibunda Wahyu Hidayati, serta adik saya Firgi Juli Yanti, yang telah memberikan semangat, do'a, serta senantiasa berjasa dalam memberi dukungan pada penulis. Keluarga besar Amr. H. Kaswandi, keluarga besar H. Kusman dan H. Munjamil, yang selalu memberikan dukungan dan doa.
10. Keluarga besar Forum Studi Bisnis Islam (ForSEBI) dan KMW UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan banyak pengalaman hidup berorganisasi.
11. Kepada sahabat-sahabat saya yang sudah banyak membantu di dalam proses ini (Ratna, Della, Aslam, Dina, Lu'luul, Hari, Ni'im) dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

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

Yogyakarta, 7 Rabiul Awwal 1440 H

15 November 2018

Hormat saya,


Firdayanti
NIM. 15820037

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1978 dan 0543/U/1978.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Ṣā'	Ṣ	es (titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Ḥā'	Ḥ	ha (titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	zet (titik di atas)
ز	Rā'	R	Er
س	Zāi	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye

ص	Ṣ ād	Ṣ	es (titik di bawah)
ض	Ḍ ād	Ḍ	de (titik di bawah)
ط	Ṭ ā'	Ṭ	te (titik di bawah)
ظ	Ẓ ā'	Ẓ	zet (titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
و	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	W
ها	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

يَتَعَدَّدَة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عَدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

III. *Tā' marbūṭah*

Semua *ta' marbuttah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti *shalat*, *zakat*, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عِلْمٌ	Ditulis	<i>'illah</i>
كِسَايَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>

IV. Vokal Pendek dan Penerapannya

ـَ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ـِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ـُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

فَعِمَ	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكِرَ	Kasrah	Ditulis	<i>ḏukira</i>
يَرَهُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

V. Vokal Panjang

1.Fathah + alif	Ditulis	<i>A</i>
جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2.Fathah + ya“ mati	Ditulis	<i>Ā</i>

تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.Kasrah + ya" mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كسبى	Ditulis	<i>Karīm</i>
4.Dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فسوض	Ditulis	<i>Furuḍ</i>

VI. Vokal Rangkap

1.Fathah + ya" mati	Ditulis	<i>Ai</i>
تينكى	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

VII. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتى	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
نى نى شكستى	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

انقساً انقساً	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
انقياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyah ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyah

انسَاء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
انشّس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

IX. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

X. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat dapat ditulis menurut penulisannya

ذوى انفسوض	Ditulis	<i>zawi al-furud</i>
اهلانسنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Minat Nasabah	12
B. Bauran Pemasaran	14
1. Harga	15
2. Produk	18
3. Promosi	21
4. Lokasi	24
5. Orang Atau Karyawan	25
6. Bukti Fisik	28
7. Proses	30

C. Telaah Pustaka	32
D. Pengembangan Hipotesis	40
E. Kerangka Pemikiran.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Jenis Penelitian.....	50
B. Populasi Dan Sampel	50
C. Sumber Data.....	53
D. Teknik Pengumpulan Data.....	53
E. Definisi Operasional Variabel.....	55
F. Teknik Analisis Data.....	59
G. Uji Asumsi Klasik.....	59
H. Analisis Regresi Berganda.....	61
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	64
A. Hasil Kesimpulan Data	64
B. Profil Responden.....	64
C. Analisis Data.....	68
D. Uji Asumsi Klasik.....	72
E. Metode Analisis Data.....	77
F. Interpretasi	86
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis Perbankan Syariah.....	1
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	32
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	54
Tabel 3.2 Variabel Penelitian.....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Nasabah	66
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Heterokedastisitas	75
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.11 Uji Simultan F.....	81
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi	82
Tabel 4.13 Uji Signifikansi T	83
Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	73
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia mempunyai potensi besar menjadi pusat pengembangan lembaga keuangan syariah. Dalam beberapa tahun terakhir, lembaga keuangan syariah di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang signifikan. Salah satu lembaga keuangan syariah yang menunjukkan perkembangannya yaitu perbankan syariah. Berdasarkan data dari Statistik Perbankan Syariah (SPS) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) hingga Juni 2018, jumlah bank syariah di Indonesia yaitu:

Tabel 1.1 Jenis Perbankan Syariah

NO	JENIS PERBANKAN	JUMLAH
1	Bank Umum Syariah (BUS)	13
2	Unit Usaha Syariah (UUS)	21
3	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	167
		201

Sumber: OJK, diolah

Bank Syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat. Bank Muamalat memulai perjalanannya pada 1 November 1991 dan mulai

resmi beroperasi pada tahun 1992, sampai saat ini Bank Muamalat memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Salah satu Kantor Cabang Pembantu (KCP) dan menjadi bank syariah pertama yang berdiri di Wonosobo.

Kehadiran Bank Muamalat di Wonosobo terbilang masih muda, mulai beroperasi sejak awal tahun 2010, hingga saat ini memiliki 2 Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Bank Muamalat pastinya dihadapkan dengan persaingan yang kuat oleh bank-bank konvensional yang terlebih dahulu berdiri di Wonosobo, walaupun terbilang masih muda Bank Muamalat KCP Wonosobo masih tetap bertahan hingga saat ini, tidak mudah bagi Bank Muamalat untuk beroperasi di Wonosobo, karena mayoritas bank yang beroperasi di Wonosobo adalah bank konvensional.

Mayoritas masyarakat Wonosobo masih menggunakan jasa bank-bank konvensional dan bank konvensional masih menguasai pemasaran di bidang perbankan. Didalam bisnis pastinya terdapat suatu persaingan antar perusahaan. Persaingan yang ketat menuntut Bank Muamalat untuk melihat berbagai kesempatan yang ada dan mencari strategi untuk menarik minat nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama. Pada saat persaingan yang semakin kuat, maka pemasaran menjadi fungsi yang semakin penting dalam Bank.

Dengan adanya persaingan semakin kuat maka menuntut seorang manajer untuk dapat mengidentifikasi dan menganalisis mengenai perilaku nasabah. Manajer Bank Muamalat harus mampu membaca peluang dan

ancaman yang ada dan memiliki perencanaan yang baik agar dapat bertahan di tengah-tengah masyarakat, belum banyak masyarakat Wonosobo yang mengetahui keberadaan serta produk-produk yang ditawarkan Bank Muamalat, pastinya masyarakat Wonosobo memiliki pola pikir yang berbeda-beda mengenai bank syariah bisa dilihat dari pola pikir masyarakat yang berbeda-beda seperti agama, kelas sosial, pendapatan, pendidikan dan pekerjaan. Hal yang harus dilakukan oleh Bank Muamalat adalah bagaimana menarik minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo.

Apabila Bank Muamalat tidak dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat Wonosobo untuk menggunakan produk di Bank Muamalat serta kurangnya perhatian maka bisa dimungkinkan produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat KCP Wonosobo akan tersisih dari pilihan nasabah. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada manajer Bank Muamalat, informasi yang didapatkan bahwa jumlah nasabah dari awal tahun 2010 hingga 2017 berjumlah sekitar 7000 nasabah, dari jumlah tersebut 80% nabahnya memilih untuk menggunakan produk tabungan haji. Agar pencapaian target pemasaran produk yang dihasilkan oleh Bank Muamalat KCP Wonosobo bisa tercapai, maka diperlukan suatu kegiatan bauran pemasaran untuk bisa mempengaruhi masyarakat. Perpaduan komponen bauran pemasaran (produk, harga, promosi, lokasi, orang (karyawan), bukti fisik, dan proses) akan menjadi kekuatan untuk meningkatkan minat nasabah.

Kegiatan yang dapat digunakan untuk membantu suatu perusahaan mencapai target peningkatan minat nasabah dikenal dengan sebutan *marketing mix* atau bauran pemasaran, Menurut Lupiyoadi (2014) Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Menurut Danupranata (2015: 40) strategi pemasaran untuk perbankan syariah berdasarkan konsep bauran pemasaran adalah hal yang sangat menarik dan juga merupakan sebuah keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah. Perpaduan komponen bauran pemasaran (produk, harga, promosi, orang (karyawan), bukti fisik, lokasi dan proses), karena strategi tersebut dapat digunakan untuk mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukkan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran) (Tjiptono, 1997). Penentuan harga jual produk berupa jasa yang ditawarkan dalam perbankan syariah merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik minat nasabah. Sehingga penentuan harga mencakup proses menentukan apa yang akan diterima suatu bank dalam menawarkan produknya. Secara garis besar penentuan harga dalam bank syariah adalah dengan sistem bagi hasil, sistem margin, dan fee atau jasa perbankan.

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk bisa berupa benda fisik, jasa orang, tempat, organisasi dan gagasan (Kotler, 1999). Produk yang bagus hendaknya sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh nasabah dan memiliki beragam produk yang ditawarkan. Produk yang ditawarkan Bank Muamalat seperti tabungan haji, tabungan rencana, tabunganku, dll. Produk yang ditawarkan harus lebih inovatif dari produk yang sebelumnya telah ada, sehingga mampu di barapkan untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo.

Promosi merupakan suatu kegiatan untuk mengenalkan barang atau jasa suatu perusahaan. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasanya baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam melaksanakan kegiatan promosi pada umumnya mempunyai tujuan yang sama antar bank, yaitu untuk memikat nasabah baru, mangajak calon nasabah untuk datang ke lokasi dan memilik produk yang ditawarkan. Tanpa promosi jangan berharap bahwa nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk manarik dan mempertahankan nasabahnya (Kamsir, 2004: 175).

Pemilihan lokasi sangat penting dan menentukan kedudukan dan kelangsungan hidup perusahaan, menurut Kamsir (2004), suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan

mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen.

Menurut Kotler (2009), orang yaitu proses seleksi, pelatihan, dan pemotivasi karyawan, yang nantinya dapat digunakan sebagai pembedaan perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Bagaimana karyawan berperilaku kepada nasabah dan memberikan pelayanan yang baik agar nasabah tetap loyal dan masyarakat berminat untuk terus menggunakan produk Bank Muamalat.

Menurut Hurriyati (2010: 64) bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan, kemudian berminat untuk melakukan pembelian. Lingkungan fisik membantu membentuk perasaan dan reaksi yang tepat antara pelanggan dan karyawan.

Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan sistem penyampaian jasa sebagai bagian jasa itu sendiri (Adam, 2015: 99). Dalam suatu transaksi proses sangat dibutuhkan karena proses sebagai bagian pelayanan, pelayanan yang baik sangat membantu untuk nasabah tetap loyal dan berpengaruh untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat.

Dari hasil penelitian Damayanti (2017), menyimpulkan bahwa secara simultan menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses berpengaruh signifikan positif terhadap

minat nasabah, sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses memberikan pengaruh yang positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat.

Anggriani (2017) juga menyimpulkan bahwa secara simultan menunjukkan bahwa *Marketing mix* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Palembang, sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa, Produk berpengaruh terhadap minat terbukti dengan banyaknya jenis produk yang ditawarkan, harga berpengaruh terhadap minat terbukti dengan banyaknya penawaran harga yang beragam serta dapat disesuaikan dengan pendapatan, membuat harga yang ditawarkan terjangkau oleh semua kalangan, lokasi tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat, promosi tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat, orang atau karyawan tidak berpengaruh terhadap minat, bukti fisik berpengaruh terhadap minat nasabah karena bisa dilihat dari fasilitas yang memadai dan sarana yang mendukung mampu mempengaruhi minat nasabah, dan proses berpengaruh terhadap minat nasabah, terbukti dengan cepatnya transaksi yang diberikan..

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT**

MENGGUNAKAN PRODUK BANK MUAMALAT CABANG WONOSOBO”.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan judul yang penulis kemukakan diatas berdasarkan latar belakang masalahnya maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada yaitu:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo?
2. Bagaimana pengaruh produk terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo?
5. Bagaimana pengaruh karyawan atau orang terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo?
6. Bagaimana pengaruh bukti fisik terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo?
7. Bagaimana pengaruh proses terhadap minat minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo?

C. Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan apakah variabel harga berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo
2. Untuk menjelaskan apakah variabel produk berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo
3. Untuk menjelaskan apakah variabel promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo
4. Untuk menjelaskan apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo
5. Untuk menjelaskan apakah variabel karyawan atau orang berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo
6. Untuk menjelaskan apakah variabel bukti fisik berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo
7. Untuk menjelaskan apakah variabel proses berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan para pembuat kebijakan dalam menyusun strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat, upaya mendukung strategi pengembangan bank syariah di masa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti

Sebagai sumber informasi penelitian-penelitian yang akan datang, serta memberi kontribusi keilmuan bagi semua aktivitas akademik dalam bidang perbankan syariah, dan sebagai sarana aktualisasi penerapan ilmu yang diperoleh penulis selama perkuliahan.

3. Bagi penelitian lanjutan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama dan menambah khazanah pengetahuan bidang pemasaran dalam perbankan syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan untuk lebih mempermudah dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai isi skripsi ini dengan susunan yang sistematis dan komprehensif.

Bab pertama ini menjelaskan tentang alasan penulis dalam menentukan sebuah judul, yang didalamnya terdapat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, dan sistematika penulisan.

Bab kedua ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian, telaah pustaka yang digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian ini. Dalam bab ini juga menjelaskan mengenai hipotesis dan kerangka pemikiran.

Bab ketiga ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi yang meliputi antara lain: variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

Bab keempat ini berisi tentang gambaran umum tempat penelitian dan membahas apa yang diperoleh dari hasil pengelolaan data yang telah dilakukan.

Bab kelima berisi tentang uraian simpulan dari seluruh pembahasan yang dilakukan dan saran untuk kemajuan yang akan datang.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan alat analisis regresi berganda menggunakan SPSS versi 20, dengan 100 sampel berupa kuesioner yang disebar pada nasabah Bank Muamalat KCP Wonosobo, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo. Hal ini karena semakin besar bagi hasil yang didapat nasabah maka minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat semakin meningkat.
2. Produk tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat, meskipun produk yang ditawarkan Bank Muamalat sudah bervariasi, tetapi masyarakat tidak terpengaruh karena tujuan masyarakat menjadi nasabah Bank Muamalat hanya untuk menggunakan jasa produk tabungan haji, seberapa banyak produk yang ditawarkan Bank Muamalat masyarakat lebih cenderung memilih produk tabungan haji.

3. Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk. Hal ini dikarenakan promosi akan meningkatkan minat masyarakat menggunakan produk. Semakin tinggi tingkat promosinya dan kualitas promosinya semakin baik maka akan meningkatkan minat masyarakat menggunakan produk di Bank Muamalat KCP Wonosobo.
4. Lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk. Hal ini dikarenakan nilai lokasi tidak merubah pemikiran masyarakat untuk menjadi nasabah. Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk terbukti dengan Bank Muamalat menjadi satu-satunya bank syariah yang ada di Wonosobo jadi masyarakat yang ingin menjadi nasabah harus mendatangi lokasi yang sudah menjadi Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Wonosobo, walaupun lokasi yang sudah strategis berada dipusat kota dan mudah di jangkau, tetapi tidak menjamin bahwa lokasi dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat.
5. Karyawan atau orang secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk. Hal ini dikarenakan hampir semua pelayanan yang diberikan karyawan perbankan kepada nasabah tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara bank satu dengan bank lainnya. Apabila dilihat dari etika karyawan bank hampir semua karyawan memperhatikan keramahan kepada nasabah.

6. Bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk. Hal ini dikarenakan fasilitas yang diberikan Bank Muamalat tidak jauh beda dengan fasilitas yang diberikan bank-bank lain terhadap nasabahnya misalnya, Ac yang ada di ruangan Bank Muamalat, tempat duduk yang nyaman, slip transaksi yang mudah dipahami, desain ruangan yang menarik dan penataan ruangan yang terkesan rapi, hampir seluruh bank yang ada di Indonesia memperhatikan semua fasilitas tersebut dan mempermudah nasabah dengan fasilitas ATM di beberapa lokasi. Jadi membuat nasabah beranggapan bahwa fasilitas yang diberikan Bank Muamalat KCP Wonosobo sama saja dengan bank yang lainnya.
7. Proses secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk. Hal ini dikarenakan prosedur atau mekanisme saat bertransaksi di Bank Muamalat KCP Wonosobo atau di bank lain hampir sama dan tidak ada bedanya. Seperti saat masyarakat belum menjadi nasabah masyarakat bisa konsultasi terlebih dahulu kepada karyawan, proses transaksi yang tepat waktu, respon karyawan saat nasabah sedang memiliki kesulitan, hampir semua karyawan bank akan merespon dengan cepat dan memberi solusi kepada para nasabah.

B. Saran

Dari beberapa hasil penelitian di atas maka saran yang dapat peneliti sampaikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk karyawan Bank Muamalat KCP Wonosobo agar tetap dapat memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat yang sudah menjadi nasabah ataupun calon nasabah, agar nasabah tetap loyal kepada Bank Muamalat KCP Wonosobo.
2. Untuk penelitian selanjutnya agar meneliti pengaruh variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk Bank Muamalat KCP Wonosobo yang selain digunakan peneliti. Selain itu, pada penelitian selanjutnya tidak hanya meneliti minat menggunakan produk saja tetapi juga meneliti bagaimana pengaruh manfaat minat menggunakan prosuk Bank Muamalat KCP Wonosobo.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajaemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Danang, Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Danupranata, Gita. 2015. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Hendri, Anto. 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro Islami*. Yogyakarta: Penerbit Ekonosia
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Indrawan Rully dan Poppy. 2014. *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT Refika Aditama
- Kamsir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Kerlinger. 2008. *Rancangan Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip. 1999. *Marketing Essentials: Marketing*. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. dan Gary Amstrong. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Pemasaran Jasa. Banten: Universitas Terbuk*
- Saladin, Djalil. 1997. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: Mandiri Maju
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat
- Shakeh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi suatu pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: JELAJAH NUSA
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers : Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip

- Andoko, Jane dan Prita Devina. 2015. "*Analisis Pengaruh Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Guest House Di Surabaya*". Jurnal
- Anggunanto, Edy Yusuf dan Muchlis Yahya. 2011. "*Teori Bagi Hasil (Profit And Loss Sharing) Dan Perbankan Syariah Dalam Ekonomi Syariah*". Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan
- Fajri, Detha Alfrian, dkk (2013). "*Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Malang)*". Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)
- Fitriani, Laila dan Asti Aini. "*Pengaruh Strategi Emasaran Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabunganku (Studi Kasus di Bank Muamalat Indonesia Cabang Serang)*", Jurnal
- Mevita, Afida Shela (2013). "*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen*". Jurnal Ilmu & Riset Manajemen
- Mohammad, Haruna Isa (2015). "*7PS Marketing Mix And Retail Bank Customer Satisfaction In Nortseast Nigeria*". British Journal of Marketing Studies
- Syaribulan (2018). "*Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Tabungan Tampan, Bank Sulselbar*". Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)

Yulianto K. Firman (2010). *“Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Medan”*. Jurnal.

Afifah, Zunda Ayu. (2017). *“Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada BMT PAS (Projo Artha Sejahtera) Bantul*. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN)

Anendro, Imam (2016). *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Terhadap Penggunaan E-Money”*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN)

Anggraini, Marry (2017). *“Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Palembang”*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Prodi D3 Perbankan Syariah

Baiti, Rizka Ulfa (2016). *“Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan IB Muamalat Di Bank Muamalat KCP Salatiga”*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah S1 Institu Agama Islam Negeri Salatiga

Damayanti, Rizka (2017). *“Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitra IQRA’ PLUS Pada AJB*

Bumiputera 1912 Syariah Cabang Lembang Palembang". Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Prodi D3 Perbankan Syariah

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP

Muasyaroh, Heni Husni (2014).” *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-BANKING PT.Bank BNI Syariah Yogyakarta*”. Universitas Islam Negeri Suanan Kalijaga Yogyakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Khan, Alva Resya. Manajer Bank Muamalat KCP Wonsosbo, wawancara pada 24 November 2018

<http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, diakses pada 28 Maret 2018

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-2017.aspx>, diakses pada 14 September 2018

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Juni-2018.aspx>, diakses pada 17 September 2018

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK MUAMALAT KANTOR PEMBANTU CABANG WONOSOBO

Bersama ini, saya meminta kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar kuisisioner yang diberikan. Informasi yang Bapak/Ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian Bapak/Ibu, saya ucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Lengkap	:		
Alamat	:		
Jenis kelamin	: Laki-laki <input type="checkbox"/>	Perempuan	<input type="checkbox"/>
Lama Menjadi Nasabah	: a. < 6 bulan	d. 4-5 tahun	
	b. 6 bulan - 1 tahun	e. 5-7 tahun	
	c. 2-3 tahun		
Usia	: a. < 20 tahun	d. 41-50 tahun	
	b. 21-30 tahun	e. > 50 tahun	
	c. 31-40 tahun		
Pekerjaan	: 1. Pelajar /Mahasiswa	4. PNS/	
	2. Wiraswasta	5. Lain-lain..	
	3. Pegawai Swasta		

PETUNJUK PENGISIAN

1. Beri tanda (√ atau X) untuk jawaban yang anda pilih.
2. Pilih jawaban:
STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

A. Variabel Harga (Kotler dan Amstrong, 2011)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa bahwa bagi hasil yang ditetapkan oleh Bank Muamalat sudah sesuai dengan kebutuhan				
2.	Perubahan harga yang terjadi di Bank Muamalat dapat diterima dikalangan nasabah				
3.	Harga yang ditawarkan pada Bank Muamalat sesuai dengan harapan saya				

B. Variabel Produk (Lupiyoadi, 2014)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya akan setia menggunakan produk Bank Muamalat				
2	Saya merasa produk yang ditawarkan Bank Muamalat sangat beragam dan bervariasi				
3	Saya percaya dengan produk yang ditawarkan Bank Muamalat				
4	Produk Bank Muamalat sesuai dengan kebutuhan saya				
5	Saya merasa puas setelah menggunakan produk Bank Muamalat				
6	Saya menggunakan produk Bank Muamalat atas rekomendasi dari orang lain				

C. Variabel Promosi (Kamsir, 2004)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya tertarik dengan iklan yang di tampilkan oleh Bank Muamalat di media massa (brosure, majalah, web, dll)				
2	Saya tertarik dengan promosi Bank Muamalat melalui pemberian cendera mata kepada nasabah				
3	Saya tertarik dengan promosi yang dilakukan Bank Muamalat dengan mengikuti pameran atau bakti sosial				
4	Saya tertarik dengan promosi Bank Muamalat karena kejelasan pesan yang disampaikan dan mudah dimengerti				

D. Variabe Lokasi (Kamsir, 2004)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya merasa lokasi Bank Muamalat mudah dijangkau baik menggunakan kendaraan umum atau kendaraan pribadi				
2	Saya merasa lokasi Bank Muamalat sudah berada di pusat kota				
3	Tempat parkir yang luas dan aman membuat saya merasa tenang saat berada di Bank Muamalat				
4	Saya merasa penataan kursi di Bank Muamalat sudah rapi				

E. Variabel Orang atau Karyawan (Lupiyoadi, 2014)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya merasa pelayanan yang diberikan karyawan sudah baik				
2	Karyawan merespon dengan cepat apa yang menjadi permintaan nasabah				
3	Saya merasa karyawan Bank Muamalat memiliki rasa hormat dan perhatian terhadap				

	para nasabah				
4	Saya merasa karyawan Bank Muamalat memiliki keterampilan dan pengetahuan yang nasabah perlukan				
5	Karyawan mampu memahami nasabah dan dapat berkomunikasi dengan jelas				
6	Saya merasa karyawan Bank Muamalat dapat di percaya				

F. Variabel Bukti Fisik (Lupiyoadi, 2014)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Fasilitas kantor Bank Muamalat yang memadai (Ac, tempat duduk dan ATM)				
2	Menurut saya desain ruangan bank muamalat sangat menarik				
3	Penataan ruangan Bank Muamalat membuat saya merasa nyaman				
4	Saya merasa slip pembayaran yang tersedia mudah dipahami				

G. Proses (Lupiyoadi, 2014)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Sebelum saya memilih produk, saya konsultasi terlebih dahulu dengan karyawan Bank Muamalat				
2	Saya merasa proses pelayanan Bank Muamalat tepat waktu				
3	Saya merasa proses yang mudah saat bertransaksi				
4	Saya merasa karyawan merespon cepat dengan keluhan nasabah				
5	Karyawan Bank Muamalat memberi pelatihan terhadap nasabah baru, bagaimana cara bertransaksi menggunakan ATM dan memberi informasi yang jelas				

H. Minat (Ferdinand, 2006)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN RESPONDEN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya tertarik dengan produk Bank Muamalat				
2	Saya akan merekomendasikan Bank Muamalat kepada orang lain yang akan membuka rekening baru				
3	Saya akan lebih berminat ke Bank Muamalat dibanding bank lain				
4	Saya tertarik untuk mencari informasi mendalam tentang Bank Muamalat				

{Terimakasih telah bersedia untuk mengisi kuesioner}



LAMPIRAN 2

DATA TABULASI

1. Harga (X1)

No	h1	h2	h3
1	3	3	4
2	3	3	3
3	3	3	3
4	3	3	3
5	4	3	4
6	3	3	4
7	4	3	4
8	3	3	3
9	4	3	4
10	4	4	3
11	4	3	3
12	4	3	3
13	3	3	3
14	4	3	3
15	3	3	4
16	3	3	4
17	3	3	3
18	3	3	4
19	3	3	4
20	4	3	4
21	4	4	3
22	3	3	3
23	3	3	3
24	3	3	3
25	3	3	3
26	3	3	3
27	4	3	3
28	4	3	3
29	4	3	3
30	4	4	4
31	3	3	4

No	h1	h2	h3
51	4	4	4
52	4	3	3
53	3	3	3
54	3	3	4
55	3	3	3
56	4	4	4
57	4	3	4
58	4	3	4
59	4	4	3
60	3	3	3
61	3	3	4
62	3	3	3
63	3	3	4
64	3	3	4
65	4	3	4
66	3	3	4
67	3	3	3
68	3	3	3
69	4	3	3
70	3	3	3
71	4	3	3
72	4	3	3
73	3	3	3
74	3	3	3
75	4	3	3
76	3	3	4
77	3	3	4
78	3	3	3
79	3	3	4
80	4	3	4
81	4	4	4

32	4	4	3	82	3	3	3
33	3	3	4	83	3	3	4
34	4	3	3	84	3	3	3
35	4	3	4	85	3	3	4
36	3	3	4	86	4	3	3
37	4	3	3	87	3	3	4
38	3	3	3	88	3	3	3
39	4	3	3	89	4	3	4
40	3	3	4	90	4	3	3
41	4	3	3	91	4	4	4
42	4	3	3	92	3	3	3
43	3	3	3	93	4	3	3
44	4	4	4	94	4	3	3
45	4	4	4	95	4	4	4
46	3	3	3	96	4	3	4
47	3	3	4	97	4	4	4
48	4	3	3	98	3	3	4
49	3	3	4	99	3	3	3
50	4	3	3	100	3	3	3

2. Produk (X2)

No	p1	p2	p3	p4	p5	p6
1	3	3	3	3	3	3
2	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
5	3	4	4	3	4	3
6	3	3	3	3	3	4
7	3	4	3	3	3	4
8	3	3	3	3	3	3
9	3	4	3	3	3	3
10	4	4	4	4	4	4
11	3	4	4	4	3	3
12	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3	3

No	p1	p2	p3	p4	p5	p6
51	4	3	4	3	4	4
52	3	3	3	3	3	3
53	4	4	4	4	4	3
54	3	3	4	3	3	3
55	3	3	4	3	3	3
56	4	4	4	4	4	3
57	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4
59	3	3	3	3	3	4
60	3	3	3	3	3	4
61	3	4	3	3	4	3
62	3	3	3	3	3	3
63	4	3	3	3	4	3

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

64	3	3	3	3	3	3
65	3	4	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3
69	3	4	3	3	4	3
70	3	3	3	3	3	3
71	3	4	3	3	3	4
72	3	4	3	3	3	3
73	3	3	3	3	4	3
74	3	4	4	4	3	3
75	3	4	3	3	4	3
76	3	3	4	3	3	3
77	3	3	3	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3
79	3	4	3	3	3	3
80	3	4	3	3	3	3
81	4	4	4	4	4	4
82	3	3	3	3	3	3
83	3	3	3	3	3	3
84	3	4	3	3	3	4
85	3	3	3	3	3	3
86	3	4	3	4	3	3
87	3	4	3	4	4	3
88	3	3	3	3	3	3
89	3	4	3	4	4	3
90	3	3	3	3	3	3
91	4	4	4	4	4	4
92	3	3	3	3	3	3
93	3	4	3	3	4	3
94	4	4	3	3	3	3
95	4	4	4	4	4	4
96	3	3	3	3	3	3
97	4	4	4	3	3	3
98	3	4	3	3	3	3
99	3	4	3	3	3	3

50	4	3	3	4	4	3	100	4	4	4	3	4	3
----	---	---	---	---	---	---	-----	---	---	---	---	---	---

3. Promosi (X3)

No	i1	i2	i3	i4
1	3	3	3	3
2	3	4	4	3
3	3	3	3	3
4	3	3	3	3
5	3	3	4	4
6	3	3	3	3
7	3	3	4	3
8	3	3	3	3
9	3	3	3	3
10	3	3	3	3
11	3	3	4	3
12	3	3	3	4
13	3	3	3	3
14	3	3	4	4
15	3	3	4	3
16	3	4	4	3
17	3	4	4	3
18	3	3	3	3
19	3	3	3	3
20	3	3	4	3
21	3	3	3	3
22	3	3	4	4
23	3	3	4	4
24	3	3	3	4
25	3	3	3	3
26	3	3	3	3
27	3	3	3	4
28	3	3	3	3
29	3	3	3	3
30	3	3	4	4
31	3	3	3	3

No	i1	i2	i3	i4
51	4	3	4	4
52	3	4	3	3
53	3	3	3	3
54	3	4	3	3
55	3	4	3	3
56	4	3	4	4
57	4	3	3	3
58	3	3	3	3
59	4	3	3	3
60	3	3	4	4
61	3	3	3	3
62	3	3	3	3
63	3	3	3	3
64	3	3	3	3
65	3	3	3	3
66	3	3	3	3
67	3	3	3	3
68	3	3	3	3
69	3	3	3	3
70	3	3	3	3
71	3	3	3	3
72	3	4	3	3
73	3	4	3	3
74	3	3	3	3
75	4	3	4	4
76	3	3	3	3
77	3	3	3	3
78	3	3	3	3
79	3	3	3	3
80	3	3	3	3
81	4	4	4	4

32	4	3	4	4
33	4	3	4	4
34	3	3	3	3
35	3	3	4	4
36	3	3	3	3
37	3	3	3	3
38	3	3	3	3
39	3	3	3	3
40	3	3	3	3
41	3	3	3	3
42	3	3	3	3
43	3	3	3	3
44	3	3	4	4
45	3	3	4	4
46	3	3	3	3
47	3	3	3	3
48	4	3	4	4
49	3	3	3	3
50	4	4	4	4

82	3	3	3	3
83	3	3	3	3
84	3	4	4	3
85	3	3	3	3
86	3	3	4	4
87	3	3	3	3
88	3	3	3	3
89	4	3	3	3
90	4	3	4	3
91	4	3	3	4
92	3	3	3	3
93	4	3	3	3
94	3	3	3	3
95	4	4	4	4
96	3	3	3	3
97	3	3	3	3
98	3	3	3	3
99	3	3	3	3
100	3	4	4	3

4. Lokasi (X4)

No	I1	I2	I3	I4
1	3	3	3	3
2	3	3	3	3
3	3	4	4	4
4	3	3	3	3
5	3	3	3	3
6	3	3	3	3
7	3	3	3	4
8	3	3	3	3
9	3	4	4	3
10	3	3	3	3
11	3	3	3	3
12	3	3	3	3
13	3	4	3	4

No	I1	I2	I3	I4
51	4	3	3	4
52	3	3	3	3
53	3	4	3	4
54	3	3	3	3
55	3	3	3	3
56	4	3	3	4
57	4	3	3	4
58	3	3	3	3
59	4	3	3	3
60	3	3	3	3
61	3	3	3	4
62	3	3	3	3
63	3	3	3	3

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

64	3	3	3	3
65	3	3	3	3
66	3	3	3	3
67	3	3	3	3
68	3	4	3	3
69	3	3	3	3
70	3	4	3	3
71	3	3	3	3
72	3	3	3	3
73	3	4	3	4
74	3	4	3	3
75	4	3	3	3
76	3	3	3	3
77	3	3	3	3
78	3	3	3	3
79	3	3	3	3
80	3	3	3	3
81	4	4	4	4
82	3	3	3	3
83	3	3	3	3
84	3	3	3	3
85	3	3	3	3
86	3	3	3	3
87	3	3	3	3
88	3	3	3	3
89	4	4	3	3
90	4	3	3	3
91	4	4	4	4
92	3	3	3	3
93	4	3	3	3
94	3	3	3	3
95	4	4	4	4
96	3	3	3	3
97	3	3	3	3
98	3	3	3	3
99	3	3	3	3

50	4	3	3	3
----	---	---	---	---

100	3	3	3	3
-----	---	---	---	---

5. Karyawan atau orang (X5)

No	k1	k2	k3	k4	k5	k6
1	3	3	4	3	3	3
2	4	4	4	3	3	3
3	3	3	4	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
5	4	4	3	4	3	4
6	4	4	4	3	4	3
7	3	3	4	3	4	3
8	3	3	4	3	4	3
9	3	3	4	3	3	3
10	4	4	3	4	4	4
11	3	4	4	4	3	4
12	4	3	4	3	4	3
13	4	4	4	3	4	3
14	3	3	4	4	4	3
15	4	3	3	3	4	3
16	4	3	4	4	3	4
17	3	3	3	3	3	4
18	3	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	4	3
21	4	3	3	3	3	4
22	4	4	3	3	3	3
23	3	3	4	3	4	3
24	4	4	3	3	3	4
25	3	3	4	3	4	3
26	4	4	3	3	3	4
27	4	4	4	4	3	4
28	4	4	4	3	3	4
29	4	4	4	3	3	4
30	4	4	4	4	4	4
31	3	3	4	3	3	3

No	k1	k2	k3	k4	k5	k6
51	4	4	3	4	4	4
52	3	3	3	3	3	3
53	4	4	3	4	4	4
54	3	4	3	4	3	4
55	3	4	4	4	4	4
56	4	4	4	3	3	4
57	4	3	4	4	3	4
58	4	4	3	4	4	4
59	3	3	3	3	4	3
60	3	3	3	3	4	3
61	4	4	4	4	3	4
62	3	3	4	3	3	3
63	3	3	4	3	3	3
64	4	4	4	4	4	4
65	4	4	3	3	3	4
66	4	4	3	4	3	4
67	4	4	4	4	3	4
68	4	4	4	4	3	4
69	4	3	4	4	3	4
70	4	3	3	3	3	3
71	3	3	3	4	3	3
72	3	3	4	3	3	3
73	3	3	4	4	4	3
74	3	3	4	3	4	4
75	4	3	3	3	4	4
76	4	4	3	4	4	4
77	3	3	4	3	4	3
78	3	3	3	3	3	3
79	3	3	4	3	3	3
80	4	4	3	3	3	3
81	4	4	4	4	3	4

32	4	4	4	4	4	4
33	4	4	3	4	4	4
34	3	4	4	3	4	3
35	4	4	3	3	4	4
36	4	3	3	3	3	3
37	4	4	3	4	3	4
38	4	4	4	3	4	3
39	4	4	4	4	3	4
40	4	4	4	3	4	4
41	4	3	3	3	4	3
42	3	3	3	3	3	3
43	4	4	4	4	3	4
44	3	4	4	4	4	4
45	3	3	3	3	3	3
46	4	4	4	3	4	3
47	3	4	4	4	4	4
48	4	4	4	3	4	3
49	3	3	4	3	3	3
50	4	4	3	4	3	4
82	3	3	4	3	4	3
83	3	3	4	3	4	3
84	3	3	3	3	4	3
85	4	4	3	4	4	4
86	4	4	4	3	3	3
87	4	3	3	4	4	3
88	3	3	4	3	3	3
89	3	4	3	3	3	3
90	4	3	4	3	3	3
91	4	4	3	4	4	4
92	3	3	4	3	4	3
93	4	3	3	3	4	4
94	4	3	3	3	4	3
95	4	4	4	4	3	4
96	3	3	3	3	3	3
97	4	3	4	3	3	3
98	3	3	3	3	4	3
99	3	3	4	3	3	3
100	3	3	3	3	3	3

6. Bukti fisik (X6)

No	b1	b2	b3	b4
1	3	3	3	3
2	3	3	3	3
3	3	3	3	3
4	3	3	3	3
5	4	3	4	3
6	3	4	4	4
7	4	3	3	3
8	3	3	3	3
9	3	3	3	3
10	3	4	4	4
11	4	3	3	3
12	3	3	3	3
13	3	3	3	3

No	b1	b2	b3	b4
51	3	3	4	4
52	3	3	3	3
53	4	3	4	4
54	3	3	3	3
55	3	3	3	3
56	4	4	4	3
57	3	3	3	3
58	3	3	3	3
59	3	3	3	3
60	3	3	3	3
61	4	4	3	3
62	3	3	3	4
63	3	3	3	3

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

64	4	3	4	3
65	3	3	3	3
66	3	4	4	3
67	3	3	3	3
68	4	3	4	3
69	4	3	3	3
70	3	4	4	4
71	3	3	3	3
72	4	3	3	3
73	3	3	3	3
74	4	3	3	3
75	3	3	3	3
76	4	4	4	4
77	3	3	3	3
78	3	3	3	3
79	4	3	3	3
80	3	3	3	3
81	4	3	4	4
82	3	3	3	3
83	4	3	3	3
84	4	3	3	3
85	4	3	3	3
86	3	3	3	3
87	3	3	3	3
88	3	3	3	3
89	4	4	4	3
90	4	3	3	3
91	3	3	3	4
92	3	3	3	3
93	4	3	3	3
94	4	3	4	3
95	3	3	4	4
96	3	3	3	3
97	3	3	3	3
98	3	3	3	3
99	3	3	3	3

50	4	3	3	4
----	---	---	---	---

100	4	3	3	4
-----	---	---	---	---

7. Proses (X7)

No	r1	r2	r3	r4	r5
1	3	3	3	3	3
2	4	3	4	4	4
3	3	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3
5	3	3	4	4	3
6	3	3	4	3	3
7	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3
10	4	4	4	4	3
11	3	4	4	4	4
12	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3
15	3	3	4	3	4
16	4	3	3	3	4
17	4	3	4	3	4
18	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3
20	3	3	3	4	4
21	4	4	4	4	4
22	3	3	4	4	4
23	3	3	4	4	4
24	4	3	4	4	3
25	3	3	3	3	4
26	4	3	3	4	3
27	4	3	3	4	4
28	4	3	4	4	4
29	4	3	4	3	3
30	4	4	3	4	4
31	3	3	3	3	3

No	r1	r2	r3	r4	r5
51	4	4	3	4	4
52	3	3	3	3	3
53	4	4	4	4	4
54	3	4	3	3	3
55	3	4	3	3	3
56	4	4	3	4	4
57	4	4	3	4	4
58	4	4	4	4	4
59	3	3	3	3	3
60	4	3	4	4	4
61	4	3	4	4	4
62	3	3	4	3	3
63	3	3	4	3	4
64	4	3	3	3	4
65	3	3	4	3	3
66	4	4	3	4	4
67	3	3	4	3	3
68	4	4	4	4	3
69	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	3
71	3	3	3	3	3
72	4	4	3	4	4
73	3	3	3	3	3
74	3	3	4	3	4
75	4	4	3	4	4
76	4	3	3	3	3
77	3	3	4	3	3
78	3	3	3	3	3
79	4	3	3	4	4
80	3	3	3	3	3
81	4	4	4	4	4

32	3	4	3	4	4
33	3	4	4	4	4
34	4	3	4	3	4
35	3	3	4	4	4
36	3	3	3	4	4
37	3	3	4	3	3
38	3	4	4	4	4
39	4	3	3	4	4
40	3	3	3	4	4
41	4	4	3	4	4
42	3	3	3	3	3
43	4	4	3	4	4
44	4	4	3	4	4
45	4	3	4	3	4
46	3	4	3	3	4
47	4	3	3	4	3
48	4	3	3	4	4
49	3	3	4	3	3
50	4	4	3	4	4
82	3	3	3	3	3
83	4	4	4	4	4
84	4	3	4	4	4
85	4	3	3	3	3
86	4	3	4	4	4
87	3	3	3	4	4
88	3	3	3	4	3
89	4	4	4	4	4
90	4	3	3	4	4
91	4	4	4	4	3
92	3	3	3	3	3
93	4	4	3	4	3
94	3	4	3	4	4
95	4	4	4	4	4
96	3	3	3	3	3
97	4	4	3	4	4
98	4	3	3	3	3
99	4	3	3	4	4
100	4	3	3	3	4

8. Minat (Y)

No	m1	m2	m3	m4
1	3	3	3	3
2	3	3	3	3
3	3	3	3	3
4	3	3	3	3
5	4	4	4	4
6	3	3	3	3
7	3	4	3	4
8	3	3	3	3
9	3	4	4	3
10	3	4	4	3
11	4	4	3	4
12	3	3	3	3
13	3	3	3	3

No	m1	m2	m3	m4
51	4	4	3	4
52	3	3	3	3
53	3	3	3	3
54	3	3	3	3
55	4	3	3	3
56	3	4	3	3
57	3	3	3	3
58	4	3	3	3
59	3	3	3	3
60	4	3	3	3
61	4	3	3	3
62	3	3	3	3
63	3	3	3	3

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

64	3	3	3	3
65	3	3	3	3
66	3	3	3	3
67	3	3	3	3
68	3	3	3	3
69	4	3	3	3
70	3	3	3	3
71	3	3	3	3
72	3	3	3	3
73	3	3	4	3
74	4	4	3	4
75	3	3	3	3
76	3	3	3	3
77	3	3	3	3
78	3	3	3	3
79	3	3	3	3
80	3	4	3	3
81	4	4	4	4
82	3	3	3	3
83	3	3	3	3
84	3	3	3	3
85	3	3	3	3
86	4	3	3	4
87	4	4	3	4
88	4	3	3	3
89	4	4	3	4
90	4	3	4	3
91	4	4	4	4
92	3	3	3	3
93	4	4	3	4
94	3	3	3	3
95	4	4	4	4
96	4	3	3	3
97	4	4	3	3
98	4	3	3	3
99	4	3	3	3

50	4	4	3	4	100	3	3	4	3
----	---	---	---	---	-----	---	---	---	---

9. Jenis Kelamin, Lama Menjadi Nasabah, Usia, Pekerjaan

NO	JENIS KELAMIN	MENJADI NASABAH	USIA	PEKERJAAN
1	L	<6bln	41-50thn	PETANI
2	L	6bln-1thn	21-30thn	PEGAWAI SWASTA
3	P	<6bln	>50thn	PNS
4	L	4-5thn	31-40thn	BURUH
5	L	2-3thn	41-50thn	PEGAWAI SWASTA
6	P	<6bln	<20thn	PEGAWAI SWASTA
7	P	<6bln	31-40thn	IRT
8	P	5-7thn	21-30thn	IRT
9	P	6bln-1thn	31-40thn	IRT
10	L	<6bln	41-50thn	WIRASWASTA
11	P	6bln-1thn	>50thn	MAHASISWA
12	L	2-3thn	21-30thn	MAHASISWA
13	L	<6bln	>50thn	PEGAWAI SWASTA
14	P	<6bln	31-40thn	IRT
15	P	2-3thn	>50thn	PEGAWAI SWASTA
16	L	<6bln	21-30thn	BURUH
17	L	2-3thn	41-50thn	PEGAWAI SWASTA
18	P	<6bln	>50thn	BURUH
19	P	6bln-1thn	31-40thn	PNS
20	L	<6bln	>50thn	WIRASWASTA
21	L	4-5thn	21-30thn	BURUH
22	L	<6bln	31-40thn	PETANI
23	L	2-3thn	41-50thn	PETANI
24	P	<6bln	<20thn	WIRASWASTA
25	L	6bln-1thn	>50thn	PNS
26	L	<6bln	21-30thn	MAHASISWA
27	P	6bln-1thn	31-40thn	WIRASWASTA
28	L	<6bln	41-50thn	WIRASWASTA
29	P	<6bln	21-30thn	WIRASWASTA
30	P	5-7thn	31-40thn	PEGAWAI SWASTA
31	L	2-3thn	>50thn	PNS
32	L	<6bln	31-40thn	PEGAWAI SWASTA
33	L	6bln-1thn	>50thn	WIRASWASTA

34	L	<6bln	31-40thn	WIRASWASTA
35	P	<6bln	21-30thn	IRT
36	P	<6bln	41-50thn	IRT
37	P	5-7thn	31-40thn	PNS
38	P	2-3thn	>50thn	PNS
39	P	<6bln	31-40thn	WIRASWASTA
40	L	<6bln	>50thn	WIRASWASTA
41	L	4-5thn	21-30thn	PNS
42	P	<6bln	41-50thn	IRT
43	P	<6bln	31-40thn	PNS
44	P	6bln-1thn	>50thn	PNS
45	L	2-3thn	31-40thn	PEGAWAI SWASTA
46	L	<6bln	41-50thn	WIRASWASTA
47	L	<6bln	31-40thn	WIRASWASTA
48	L	4-5thn	21-30thn	PETANI
49	L	5-7thn	>50thn	WIRASWASTA
50	P	6bln-1thn	41-50thn	PETANI
51	L	2-3thn	31-40thn	WIRASWASTA
52	L	<6bln	21-30thn	WIRASWASTA
53	L	5-7thn	>50thn	WIRASWASTA
54	L	6bln-1thn	31-40thn	WIRASWASTA
55	P	5-7thn	41-50thn	MAHASISWA
56	L	<6bln	21-30thn	WIRASWASTA
57	P	4-5thn	>50thn	WIRASWASTA
58	P	2-3thn	31-40thn	PETANI
59	P	7-8thn	41-50thn	IRT
60	P	5-7thn	21-30thn	PEGAWAI SWASTA
61	L	<6bln	>50thn	PETANI
62	L	7-8thn	31-40thn	WIRASWASTA
63	L	2-3thn	>50thn	PEGAWAI SWASTA
64	P	<6bln	21-30thn	PNS
65	P	2-3thn	41-50thn	IRT
66	L	6bln-1thn	31-40thn	WIRASWASTA
67	L	<6bln	>50thn	PEGAWAI SWASTA
68	P	4-5thn	21-30thn	IRT
69	L	5-7thn	>50thn	WIRASWASTA
70	P	2-3thn	41-50thn	IRT
71	P	<6bln	31-40thn	MAHASISWA
72	L	4-5thn	31-40thn	PEGAWAI SWASTA

73	P	7-8thn	21-30thn	PEGAWAI SWASTA
74	L	2-3thn	41-50thn	WIRASWASTA
75	L	<6bln	31-40thn	WIRASWASTA
76	P	6bln-1thn	41-50thn	IRT
77	L	<6bln	21-30thn	PEGAWAI SWASTA
78	L	<6bln	41-50thn	WIRASWASTA
79	L	7-8thn	31-40thn	PEGAWAI SWASTA
80	P	4-5thn	41-50thn	WIRASWASTA
81	L	<6bln	21-30thn	PNS
82	P	7-8thn	41-50thn	PNS
83	L	<6bln	21-30thn	WIRASWASTA
84	P	2-3thn	31-40thn	WIRASWASTA
85	P	<6bln	>50thn	WIRASWASTA
86	L	6bln-1thn	41-50thn	PETANI
87	L	<6bln	21-30thn	PEGAWAI SWASTA
88	P	4-5thn	41-50thn	IRT
89	P	<6bln	31-40thn	IRT
90	P	5-7thn	41-50thn	PNS
91	L	7-8thn	21-30thn	WIRASWASTA
92	P	2-3thn	41-50thn	PEGAWAI SWASTA
93	L	<6bln	31-40thn	PETANI
94	P	4-5thn	21-30thn	PETANI
95	L	<6bln	31-40thn	PNS
96	L	<6bln	41-50thn	WIRASWASTA
97	L	6bln-1thn	41-50thn	PNS
98	L	<6bln	21-30thn	BURUH
99	L	7-8thn	31-40thn	WIRASWASTA
100	L	<6bln	41-50thn	WIRASWASTA

LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI PENYEBARAN KUESIONER



1. Rabu, 24 Oktober 2018



2. Kamis, 25 Oktober 2018



3. Jum'at, 26 Oktober 2018



4. Senin, 29 Oktober 2018

5. Selasa, 30 Oktober 2018



6. Rabu, 31 Oktober 2018





7. Kamis, 1 November 2018



8. Jum'at, 2 November 2018



Foto Bersama Sebagian Karyawan Bank Muamalat KCP Wonosobo

LAMPIRAN 4

HASIL OLAHAN DATA SPSS 20

A. HASIL PROFIL RESPONDEN

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jeniskelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
L	56	56.0	56.0	56.0
Valid P	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lamamenjadinasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
a	44	44.0	44.0	44.0
b	14	14.0	14.0	58.0
c	16	16.0	16.0	74.0
Valid d	10	10.0	10.0	84.0
e	9	9.0	9.0	93.0
f	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

3. Karakteristik Responden Umur Nasabah

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
aa	2	2.0	2.0	2.0
bb	23	23.0	23.0	25.0
Valid cc	29	29.0	29.0	54.0
dd	26	26.0	26.0	80.0
ee	20	20.0	20.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	B	5	5.0	5.0
	IRT	14	14.0	14.0
	M	5	5.0	5.0
	P	10	10.0	10.0
	PNS	15	15.0	15.0
	PS	18	18.0	18.0
	W	33	33.0	33.0
	Total	100	100.0	100.0

B. HASIL UJI VALIDITAS

1. Harga (X1)

Correlations					
		h1	h2	h3	harga
h1	Pearson Correlation	1	.473**	.093	.705**
	Sig. (1-tailed)		.000	.172	.000
	N	105	105	105	100
h2	Pearson Correlation	.473**	1	.273**	.714**
	Sig. (1-tailed)	.000		.002	.000
	N	105	105	105	100
h3	Pearson Correlation	.093	.273**	1	.620**
	Sig. (1-tailed)	.172	.002		.000
	N	105	105	105	100
harga	Pearson Correlation	.705**	.714**	.620**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

2. Produk (X2)

Correlations

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	produk
p1	Pearson Correlation	1	.319**	.580**	.565**	.605**	.254**	.792**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.005	.000
	N	105	105	105	105	105	105	100
p2	Pearson Correlation	.319**	1	.362**	.337**	.471**	.128	.654**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.096	.000
	N	105	105	105	105	105	105	100
p3	Pearson Correlation	.580**	.362**	1	.519**	.430**	.304**	.758**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	105	105	105	105	105	105	100
p4	Pearson Correlation	.565**	.337**	.519**	1	.472**	.170*	.745**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.041	.000
	N	105	105	105	105	105	105	100
p5	Pearson Correlation	.605**	.471**	.430**	.472**	1	.228**	.770**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.010	.000
	N	105	105	105	105	105	105	100
p6	Pearson Correlation	.254**	.128	.304**	.170*	.228**	1	.457**
	Sig. (1-tailed)	.005	.096	.001	.041	.010		.000
	N	105	105	105	105	105	105	100
produk	Pearson Correlation	.792**	.654**	.758**	.745**	.770**	.457**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

3. Promosi (X3)

Correlations

		i1	i2	i3	i4	promosi
i1	Pearson Correlation	1	.246**	.443**	.479**	.659**
	Sig. (1-tailed)		.006	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	100
i2	Pearson Correlation	.246**	1	.431**	.119	.447**
	Sig. (1-tailed)	.006		.000	.113	.000
	N	105	105	105	105	100
i3	Pearson Correlation	.443**	.431**	1	.654**	.854**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	100

i4	Pearson Correlation	.479**	.119	.654**	1	.787**
	Sig. (1-tailed)	.000	.113	.000		.000
	N	105	105	105	105	100
promo si	Pearson Correlation	.659**	.447**	.854**	.787**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

4. Lokasi (X4)

		Correlations				
		l1	l2	l3	l4	lokasi
l1	Pearson Correlation	1	-.016	.102	.452**	.602**
	Sig. (1-tailed)		.436	.149	.000	.000
	N	105	105	105	105	100
l2	Pearson Correlation	-.016	1	.448**	.209*	.666**
	Sig. (1-tailed)	.436		.000	.016	.000
	N	105	105	105	105	100
l3	Pearson Correlation	.102	.448**	1	.327**	.668**
	Sig. (1-tailed)	.149	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	100
l4	Pearson Correlation	.452**	.209*	.327**	1	.727**
	Sig. (1-tailed)	.000	.016	.000		.000
	N	105	105	105	105	100
lokasi	Pearson Correlation	.602**	.666**	.668**	.727**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

5. Karyawan atau orang (X5)

		Correlations						
		k1	k2	k3	k4	k5	k6	karyawan
k1	Pearson Correlation	1	.590**	-.031	.327**	.035	.539**	.665**
	Sig. (1-tailed)		.000	.377	.000	.362	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	100
k2	Pearson Correlation	.590**	1	.091	.480**	.054	.633**	.784**
	Sig. (1-tailed)	.000		.177	.000	.291	.000	.000

	N	105	105	105	105	105	105	100
	Pearson Correlation	-.031	.091	1	.046	.035	-.002	.272**
k3	Sig. (1-tailed)	.377	.177		.321	.362	.493	.003
	N	105	105	105	105	105	105	100
	Pearson Correlation	.327**	.480**	.046	1	.090	.647**	.720**
k4	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.321		.180	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	100
	Pearson Correlation	.035	.054	.035	.090	1	-.011	.307**
k5	Sig. (1-tailed)	.362	.291	.362	.180		.457	.001
	N	105	105	105	105	105	105	100
	Pearson Correlation	.539**	.633**	-.002	.647**	-.011	1	.770**
k6	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.493	.000	.457		.000
	N	105	105	105	105	105	105	100
	Pearson Correlation	.665**	.784**	.272**	.720**	.307**	.770**	1
Karyawan	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.003	.000	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

6. Bukti fisik (X6)

Correlations

		b1	b2	b3	b4	buktifisik
	Pearson Correlation	1	.213*	.261**	.116	.624**
b1	Sig. (1-tailed)		.014	.004	.119	.000
	N	105	105	105	105	100
	Pearson Correlation	.213*	1	.573**	.408**	.726**
b2	Sig. (1-tailed)	.014		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	100
	Pearson Correlation	.261**	.573**	1	.599**	.835**
b3	Sig. (1-tailed)	.004	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	100
	Pearson Correlation	.116	.408**	.599**	1	.720**
b4	Sig. (1-tailed)	.119	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	100
	Pearson Correlation	.624**	.726**	.835**	.720**	1
buktifisik	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

7. Proses (X7)

		Correlations					
		r1	r2	r3	r4	r5	proses
r1	Pearson Correlation	1	.377**	.146	.544**	.411**	.716**
	Sig. (1-tailed)		.000	.068	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	100
r2	Pearson Correlation	.377**	1	.096	.527**	.311**	.667**
	Sig. (1-tailed)	.000		.166	.000	.001	.000
	N	105	105	105	105	105	100
r3	Pearson Correlation	.146	.096	1	.198*	.143	.434**
	Sig. (1-tailed)	.068	.166		.021	.072	.000
	N	105	105	105	105	105	100
r4	Pearson Correlation	.544**	.527**	.198*	1	.558**	.823**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.021		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	100
r5	Pearson Correlation	.411**	.311**	.143	.558**	1	.736**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.072	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	100
proses	Pearson Correlation	.716**	.667**	.434**	.823**	.736**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

8. Minat (Y)

		Correlations				
		m1	m2	m3	m4	minat
m1	Pearson Correlation	1	.418**	.229**	.555**	.778**
	Sig. (1-tailed)		.000	.009	.000	.000
	N	105	105	105	105	100
m2	Pearson Correlation	.418**	1	.474**	.551**	.815**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	100
m3	Pearson Correlation	.229**	.474**	1	.154	.587**
	Sig. (1-tailed)	.009	.000		.059	.000
	N	105	105	105	105	100

m4	Pearson Correlation	.555**	.551**	.154	1	.778**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.059		.000
	N	105	105	105	105	100
minat	Pearson Correlation	.778**	.815**	.587**	.778**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

C. HASIL UJI RELIABILITAS

1. Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.750	4

2. Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.776	7

3. Promosi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	5

4. Lokasi (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.756	5

5. Karyawan atau orang (X5)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	7

6. Bukti fisik (X6)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	5

7. Proses (X7)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	6

8. Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	5

D. HASIL UJI ASUMSI KLASIK

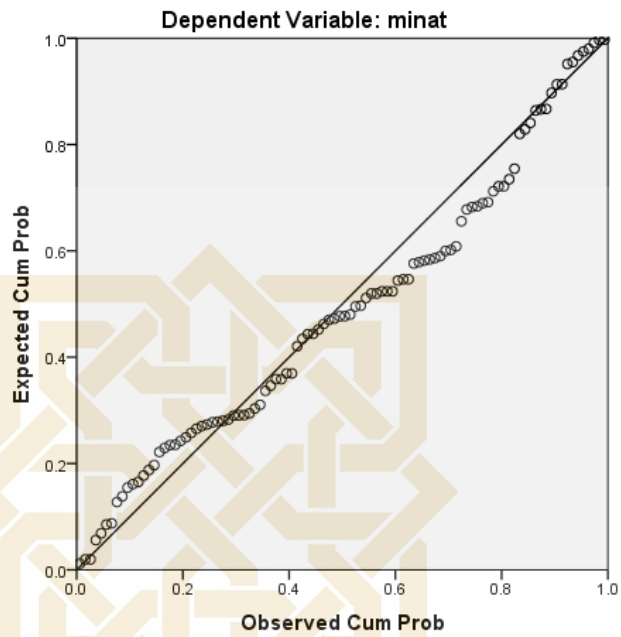
1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

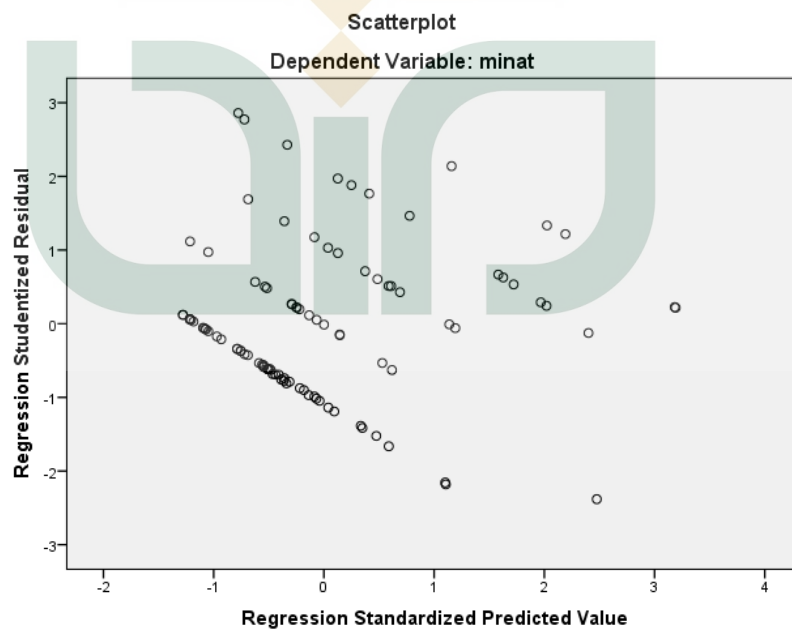
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.92560465
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.108
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		1.077

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.491	2.550		-.193	.848		
1 harga	.084	.191	.054	.442	.660	.704	1.421
produk	.116	.113	.158	1.026	.307	.440	2.274
promosi	.096	.157	.075	.608	.545	.685	1.460
lokasi	-.094	.185	-.065	-.507	.613	.646	1.549
karyawan	-.005	.099	-.006	-.048	.962	.695	1.438
buktifisik	-.118	.144	-.102	-.819	.415	.680	1.471
proses	-.013	.115	-.015	-.112	.911	.570	1.755

a. Dependent Variable: RES2

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	.020	1.703				
1 harga	.432	.127	.307	3.397	.001	.704	1.421
produk	.086	.076	.129	1.133	.260	.440	2.274
promosi	.416	.105	.362	3.963	.000	.685	1.460
lokasi	.034	.123	.026	.278	.781	.646	1.549
karyawan	.027	.066	.038	.414	.680	.695	1.438
buktifisik	.007	.096	.007	.077	.939	.680	1.471
proses	.030	.077	.039	.388	.699	.570	1.755

a. Dependent Variable: minat

E. REGRESI LINIER BERGANDA

1. Analisis Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	.020	1.703				

harga	.432	.127	.307	3.397	.001	.704	1.421
produk	.086	.076	.129	1.133	.260	.440	2.274
promosi	.416	.105	.362	3.963	.000	.685	1.460
lokasi	.034	.123	.026	.278	.781	.646	1.549
karyawan	.027	.066	.038	.414	.680	.695	1.438
buktifisik	.007	.096	.007	.077	.939	.680	1.471
proses	.030	.077	.039	.388	.699	.570	1.755

a. Dependent Variable: minat

2. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	76.172	7	10.882	11.803	.000 ^b
Residual	84.818	92	.922		
Total	160.990	99			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), proses, harga, lokasi, karyawan, promosi, buktifisik, produk

3. Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.473	.433	.960

a. Predictors: (Constant), proses, harga, lokasi, karyawan, promosi, buktifisik, produk

b. Dependent Variable: minat

4. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	.020	1.703		.012	.991		

harga	.432	.127	.307	3.397	.001	.704	1.421
produk	.086	.076	.129	1.133	.260	.440	2.274
promosi	.416	.105	.362	3.963	.000	.685	1.460
lokasi	.034	.123	.026	.278	.781	.646	1.549
karyawan	.027	.066	.038	.414	.680	.695	1.438
buktifisik	.007	.096	.007	.077	.939	.680	1.471
proses	.030	.077	.039	.388	.699	.570	1.755

a. Dependent Variable: minat



**DAFTAR RIWAYAT HIDUP
(Curriculum Vitae)**

A. DATA PRIBADI

Nama : Firdayanti
Tempat, Tanggal Lahir : Wonosobo, 25 Februari 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Tinggi/Berat Badan : 152cm/ 50kg
Alamat : Patakbanteng RT 08 RW 04,
Kejajar, Wonosobo
Kewarganegaraan : Indonesia
Telepon : 085726111918
E-mail : Firdayan25@gmail.com



B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Jenjang	Tahun	Nama Sekolah
TK	2000-2003	Darmawanita Budi Luhur Patakbanteng
SD	2003 - 2009	SD Negeri 1 Patakbanteng
SMP	2009 - 2012	SMP Muhammadiyah 1 Wonosobo
SMA	2012 - 2015	SMA Muhammadiyah 1 Wonosobo
S1	2015 - 2018	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Jurusan S1 Perbankan Syariah

C. PENGALAMAN ORGANISASI

2010 - 2011 : Anggota Osis SMP Muhammadiyah 1 Wonosobo
2010 - 2011 : Anggota DK SMP Muhammadiyah 1 Wonosobo
2016 - 2018 : Anggota ForSEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2018 : Anggota KMW UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

D. HOBI

Jogging
Berenang
Traveling (jalan-jalan)

Demikian surat daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya sebagai bahan referensi dan pertimbangan Bapak/Ibu. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.