

**PENGARUH PERSEPSI REPUTASI BANK, PERSEPSI JAMINAN
RASA AMAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT
NON MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Kasus Masyarakat Non Muslim di Kampoeng Ketandan 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:

SHOFIYANI ISMALIYA

NIM: 15820111

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

**PENGARUH PERSEPSI REPUTASI BANK, PERSEPSI
JAMINAN RASA AMAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
MASYARAKAT NON MUSLIM MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH**
(Studi Kasus Masyarakat Non Muslim di Kampong Ketandan Yogyakarta)



UIN

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:

SHOFIYANI ISMALIYA

NIM: 15820111

PEMBIMBING

JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A.

NIP:19840523 201101 1 008

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



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- 3625 / Un.02/ DEB/ PP.00.9/ 12/ 2018

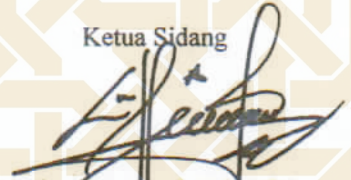
Tugas Akhir dengan judul "Pengaruh Persepsi Reputasi Bank, Persepsi Jaminan Rasa Aman dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Non Muslim di Kampong Ketandan Yogyakarta)"

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

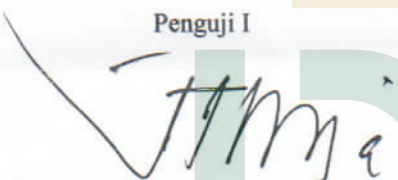
Nama : Shofiyani Ismaliya
Nomor Induk Mahasiswa : 15820111
Telah diujikan pada : Jum'at, 21 Desember 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A-
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

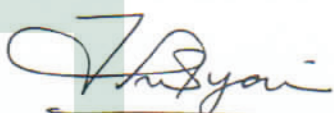
Ketua Sidang


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

Penguji I


Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.
NIP. 19720913 200312 1 001

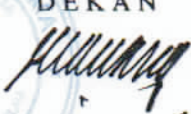
Penguji II


Sofyan Hadinata, M.Sc.
NIP. 19851121 201503 1 005

Yogyakarta, 21 Desember 2018

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN




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



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Shofiyani Ismaliya

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 : Shofiyani Ismaliya
NIM : 15820111
Judul Skripsi : “ Pengaruh Persepsi Reputasi Bank, Persepsi Jaminan Rasa Aman dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Non Muslim di Kampoeng Ketandan Yogyakarta)”.

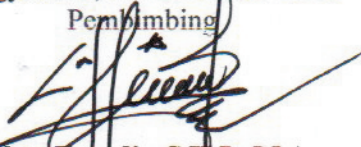
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Desember 2018

Pembimbing


Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.
NIP. 19840523 201 101 1 008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Shofiyani Ismaliya

NIM: 15820111

Program Studi: Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Reputasi Bank, Persepsi Jaminan Rasa Aman dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Non Muslim di Kampoeng Ketandan Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote*, *footnote* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 14 Desember 2018

Penyusun



Shofiyani Ismaliya
NIM. 15820111

**SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shofiyani Ismaliya
NIM : 15820111
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh Persepsi Reputasi Bank, Persepsi Jaminan Rasa Aman dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Non Muslim di Kampoeng Ketandan Yogyakarta)”

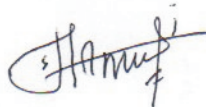
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada Tanggal 14 Desember 2018

Yang Menyatakan



(Shofiyani Ismaliya)

MOTTO

Still Learning To Be Like a Bee

**Sertakan Tuhanmu disetiap langkahmu, maka
Tuhanmu akan menyertaimu disetiap langkahmu**

**“Sebaik-baiknya manusia diantaramu adalah yang
paling banyak manfaatnya bagi orang lain” (Hadits
dihaskan oleh Al-Abani di dalam Shahihul
Jami' No. 3289)**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini kupersembahkan untuk kedua pahlawan dan motivator terbesar dalam hidupku, Ayahanda Syakuri dan Ibunda Indayatin yang sangat berjasa dalam mendidik dan membimbing saya sehingga dapat sampai pada titik ini, yang telah mengajarkan segala macam manis-pahitnya hidup, dan yang telah berjuang untuk kesuksesan dan kebahagiaan putra-putrinya.

Adik-adiku tersayang Anam Lukman Khakim, Ziyyan Silvia Hani dan Muhammad Tsabiq Farhan yang selalu memberi semangat

Paman H. Ahmad Nasir alias Sirkan dan Bibi Hj. Imronah, terimakasih sudah mengajarkan artinya perjuangan dalam hidup dan menjadi orang tua kedua yang selalu siap sedia membantu dan memberi semangat mulai awal masuk kuliah sampai saat ini di kota yang istimewa ini.

Terimakasih karena telah menjadi alasan kenapa skripsi ini harus selesai 

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)

ط	Tha'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamz ah	'	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta'Marbuttah

Semua *ta'* marbuttah ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap

dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لِنَشْكُرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

السَّمَاءِ	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْسِ	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

الفروضذوي	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
السنةأهل	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan kemudahan yang diberikan oleh-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir (skripsi) dengan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya.

Skripsi ini merupakan wujud karya terakhir saya yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata 1 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan terima kasih yang dalam kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, pihak-pihak tersebut adalah:

1. Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi MA. Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Hasan Al Banna, SEI., M.E selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dari awal pross perkuliahan hingga akhir semester.
5. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa sabar mengarahkan dan membimbing penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen, Pegawai, dan Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta pengalaman pengetahuannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Bapak Tjundaka Prabawa selaku Ketua RW 05, Bapak Joko Lelono selaku Ketua RW 04 serta seluruh masyarakat non muslim Kampoeng Ketandan yang sudah membantu dalam mensukseskan penelitian ini.
8. Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Bapak Syakuri dan Ibu Indayatin yang dengan tulus selalu mendo'akan, memberikan motivasi, baik materiil maupun non materiil kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah selalu memberikan perlindungan untuk Bapak dan Ibu dibawah payung kasih sayangnya. Aamiin
9. Adik-adikku tersayang, Anam Lukman Khakim, Ziyyan Silvia Hani dan Muhammad Tsabiq Farhan yang selalu mendo'akan dan memberi semangat kepada penulis.
10. Pamanku dan istrinya, H. Ahmad Nasir alias Sirkan dan Hj. Imronah yang selalu memberi motivasi dan sudah menjadi orang tua kedua di tanah rantau ini.
11. Sahabat seataap selama di bangku putih abu-abu, Endang Suzana, Fitrotus Sa'adah dan Hajar Hania Sirliya Amri yang selalu mengingatkan, memberi motivasi dan mengajarkan arti kebersamaan.
12. Sahabat tercinta dan seperjuangan di tanah rantau, Annisa Rahmawati, Enggar Windiantari, Nadya Ulfa, dan Rizza Erlina Fitriana yang selalu menyertai dari awal semester hingga sekarang, dan pemberi motivasi dalam kondisi apapun.
13. Teman kontrakan kopian syariah, Amiliya Yulfa, Arifa, Khoirun Nisa Lutfi Mawaddah dan Yuyun Aqidah yang sudah menjadi teman tidur selama dua tahun dan memberi semangat kepada penulis.
14. Partner selama di organisasi yang selalu mensupport, memberi semangat, teman curhat serta teman diskusi penulis yaitu Munafaiqah.

15. Teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2015 khususnya PS C, yang sama-sama berjuang mendapatkan gelar untuk membahagiakan kedua orang tua.
16. Keluarga besar ForSEBI, terimakasih atas ilmu dan pengalaman yang sudah diberikan selama ini.
17. Teman-teman KKN angkatan 96 Kelompok 228 Dusun Sumber, Planjan, Saptosari, Gunung Kidul Yogyakarta.
18. Teman-teman yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir serta dalam menempuh studi yang tidak dapat penulis senutkan satu-persatu.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal shaleh dan mendapat balasan melebihi apa yang telah diberikan oleh Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Desember 2018

Penyusun

Shofiyani Ismaliya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Minat.....	11
2. Perilaku Konsumen.....	15
3. Reputasi.....	22
4. Jaminan Rasa Aman.....	23

5. Promosi	25
B. Telaah Pustaka	30
C. Pengembangan Hipotesis	33
D. Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODA PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Jenis dan Sumber Data.....	39
C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	40
1. Variabel Penelitian.....	40
2. Definisi Operasional Variabel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Instrumen Penelitian	43
G. Teknik Pengujian Instrumen.....	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	45
H. Teknik Analisis Data.....	46
1. Uji Asumsi Klasik.....	46
2. Analisis Regresi Linear Berganda	49
3. Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
C. Hasil Analisis Data	56
1. Pengujian Instrumen Penelitian	57
2. Uji Asumsi Klasik.....	60
3. Uji Regresi Linear Berganda	64
4. Uji Hipotesis	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	73

1. Pengaruh Persepsi Reputasi Bank terhadap Minat Masyarakat Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah.....	73
2. Pengaruh Persepsi Jaminan Rasa Aman terhadap Minat Masyarakat Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah.....	75
3. Pengaruh Promosi terhadap Minat Masyarakat Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah	78
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Keterbatasan.....	81
C. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	xxiii



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot.....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot.....	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk D.I Yogyakarta Berdasarkan Agama.....	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
Tabel 3.2 Skala Likert.....	44
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	52
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.3 Agama Responden	53
Tabel 4.4 Usia Responden.....	54
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Responden	54
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden	55
Tabel 4.7 Status Pernikahan Responden	55
Tabel 4.8 Tanggungan Keluarga Responden	56
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Uji Instrumen Validitas.....	58
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Uji Instrumen Reliabilitas.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Spearman's Rho Correlation	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik F (Simultan).....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial)	70
Tabel 4.18 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Persepsi Reputasi Bank	74
Tabel 4.19 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Persepsi Jaminan Rasa Aman	76
Tabel 4.21 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Promosi.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Profil Kampoeng Ketandan	xxiii
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	xxv
Lampiran 3 Hasil Perolehan Data	xxxii
Lampiran 4 Hasil Olah Data	xxxix
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian	1i
Lampiran 6 <i>Curriculum Vitae</i>	1iii



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi reputasi bank, persepsi jaminan rasa aman dan promosi terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah, khususnya di Kampoeng Ketandan Yogyakarta. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar langsung kepada responden. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode pengumpulan data *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan memberi batasan kriteria tertentu. Dari pembatasan tersebut diperoleh sampel sebanyak 50 responden. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui *software* SPSS v.21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi reputasi bank dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan persepsi jaminan rasa aman tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah.

Kata Kunci: Persepsi Reputasi Bank, Persepsi Jaminan Rasa Aman, Promosi, Minat, Non Muslim.



ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of bank reputation perceptions, security assurance perceptions and promotion on non-Muslim communities interest as Islamic bank customers, especially in Kampoeng Ketandan Yogyakarta. The instrument of data collection in this study used a direct distributed questionnaire to respondents. The sample in this study was taken by purposive sampling data collection method, which was taken by limiting certain criteria. From these restrictions, 50 respondents was obtained as sample. The obtained data were analyzed using multiple linear regression through SPSS v.21 software. The results showed that bank reputation perception and promotion had a positive and significant effect on non-Muslim communities interest to become customers of Islamic banks. While the security assurance perception did not not effect the interest of non-Muslim communities to become customers of Islamic banks.

Keywords: *Bank Reputation Perception, Security Assurance Perception, Promotion, Interest, Non Muslim.*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan operasional perbankan syariah di Indonesia dimulai sejak tahun 1992, diawali dengan berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Perbankan syariah mengalami perkembangan yang pesat setelah dikeluarkannya Undang-Undang No.10 Tahun 1998, tentang perubahan atas Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan. Dalam UU tersebut terdapat perubahan yang memberikan peluang yang lebih besar dan landasan hukum yang lebih kuat bagi pengembangan perbankan syariah serta memberikan kesempatan yang luas untuk mengembangkan jaringan perbankan syariah antara lain melalui ijin pembukaan Kantor Cabang Syariah (KCS) oleh bank konvensional (Sudarsono, 2003: 33-34).

Dalam perkembangannya, bank syariah tumbuh pesat di Indonesia. Perkembangan tersebut ditandai dengan semakin banyaknya bank konvensional yang mendirikan unit-unit syariah, hal tersebut membuktikan bahwa perbankan syariah mempunyai potensi yang sangat tinggi. Wimboh Santoso (Ketua Dewan Komisiner OJK) dalam pertemuannya dengan pimpinan bank umum Indonesia di Istana Negara, Jakarta, Kamis (15/3) mengatakan “pertumbuhan perbankan syariah semakin membaik setelah melewati tahun konsolidasi akibat aset bermasalah”. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan jumlah perbankan syariah yang terdiri atas 13 bank umum syariah, 21 unit syariah, dan 16

BPR syariah hingga Februari 2018 menunjukkan perkembangan yang positif, baik aset maupun intermediasi yang mengalami peningkatan signifikan dibanding dengan periode yang sama tahun sebelumnya. Perkembangan aset perbankan syariah tercatat tumbuh 20,65 persen secara *year on year* (YoY) menjadi Rp 429,36 triliun. Sementara pembiayaan tumbuh 14,76 persen YoY menjadi Rp 289,99 triliun. Sedangkan Dana Pihak Ketiga (DPK) tumbuh 16,10 persen YoY menjadi Rp 339,05 triliun. Pertumbuhan yang lainnya adalah penambahan rekening menjadi 560 ribu rekening perbankan syariah yang terjadi pada dua bulan pertama tahun ini dari Desember 2017 yang didukung oleh semakin bertambahnya jumlah kantor bank umum syariah maupun unit usaha syariah¹.

Hadirnya perbankan syariah di Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah Islam merupakan suatu kebutuhan yang sangat vital untuk melakukan kegiatan berdasarkan prinsip syariah. Meskipun demikian, perbankan syariah juga membuka peluang untuk masyarakat non muslim untuk bisa menjadi nasabah bank syariah. Indonesia khususnya penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta terdiri dari berbagai macam suku, ras, dan agama. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

¹<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3445095/ojk-kondisi-bank-syariah-nasional-terus-membaik>

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk D.I. Yogyakarta Berdasarkan Agama Tahun 2017

Kota	Islam	Kristen	Khatolik	Hindu	Budha	Konghucu	Aliran Kepercayaan	Total
	L+P	L+P	L+P	L+P	L+P	L+P	L+P	L+P
KULON PROGO	421.111	5.885	18.351	20	642	1	18	446.028
BANTUL	889.312	11.997	24.908	734	206	5	19	927.181
GUNUNG KIDUL	729.200	13.087	13.046	1.085	406	7	338	757.169
SLEMAN	945.063	30.686	69.039	1.080	666	70	18	1.046.622
KOTA YOGYAKARTA	340.738	26.322	42.034	516	1.259	29	23	410.921
JUMLAH	3.325.424	87.977	167.378	3.435	3.179	112	416	3.587.921

Sumber: Statistik Penduduk D.I. Yogyakarta , 2017

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk non muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta cukup banyak, sehingga dapat disimpulkan bahwa pangsa pasar perbankan syariah untuk non muslim sangat menjanjikan dan hal tersebut menjadi peluang yang sangat besar bagi perbankan syariah untuk semakin mengembangkan potensi dan mengambil peluang yang sudah ada.

Dalam sistem dan mekanisme usahanya perbankan syariah didasarkan pada hukum Islam sebagaimana yang diatur dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits yang didalamnya terdapat pelarangan praktik riba. Pelarangan riba tidak hanya terdapat dalam Agama Islam, tetapi juga terdapat dalam agama lain. Dalam kitab suci Weda agama Hindu mengutuk riba sebagai dosa besar dan melarang operasi bunga, selain itu dalam agama Kristen pelanggaran atau restriksi keras atas riba berlaku

selama lebih dari 1400 tahun. Secara umum semua kontrol menunjukkan bahwa penarikan bunga apapun dilarang (Alguad dan Lewis, 2003: 264).

Terkait dengan minat, minat dapat diartikan sebagai sikap konsumen terhadap pilihan merek, barang dan jasa yang lebih disukai atau paling disukai konsumen yang terbentuk melalui proses merangking dan mengevaluasi dalam pilihan yang tersedia (Zulkham, 2017). Seseorang yang berminat pada suatu obyek akan cenderung merasa senang apabila berkecimpung pada obyek tersebut sehingga akan memberikan perhatian besar terhadap obyek tersebut berupa rasa ingin tahu dan mempelajari obyek tersebut. Dalam penelitian ini, minat masyarakat non-muslim untuk menjadi nasabah bank syariah dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, yaitu dilatar belakang oleh faktor persepsi reputasi bank, persepsi jaminan rasa aman dan promosi.

Persepsi reputasi bank menjadi salah satu faktor penyebab minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah. Reputasi bank sangatlah penting bagi suatu bank, karena reputasi bank adalah yang menggambarkan baik buruknya kondisi bank tersebut. Sebuah bank dipandang mempunyai reputasi baik apabila bank itu diakui dan dipercaya sebagai perusahaan jasa yang mempunyai nama baik di mata masyarakat, dan bisa dijadikan mitra kerja sama yang baik antara bank dan nasabah. Dengan adanya reputasi pada suatu bank, hal itu bisa memperkuat minat masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah bank syariah.

Faktor persepsi jaminan rasa aman juga sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah dalam suatu bank. Bank harus meningkatkan jaminan rasa aman yang menyangkut evaluasi nasabah terhadap berbagai risiko yang nantinya bisa dialami oleh nasabah terkait dengan uang yang akan ditabung. Untuk jaminan rasa aman yang diberikan pada umumnya bank menjaminan dana simpanan nasabah pada Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Menurut pendapat Rose (1993) dalam Irmayanto (2009), salah satu faktor yang ada pada bank dan lembaga keuangan lainnya adalah kepercayaan. Rasa percaya akan timbul jika ada rasa aman dan nyaman dalam menyimpan dana yang dimiliki sehingga tidak ada rasa takut akan kehilangan dana yang disimpannya.

Selanjutnya, faktor promosi juga berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hal tersebut dikarenakan promosi merupakan salah satu komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Ketika perusahaan melakukan promosi dengan baik dan menarik, maka hal tersebut akan meningkatkan minat dari konsumen, begitu juga sebaliknya.

Adapun penelitian yang membahas mengenai minat menjadi nasabah bank syariah telah banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan Sinatrio (2012) dan Saraswati (2016) menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa mengenai perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah atau terdapat hubungan yang positif. Sementara hasil penelitian Saraswati (2016) menyebutkan pengetahuan

masyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

Penelitian Andika (2015) menunjukkan bahwa reputasi bank dan religius stimuli berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Dalam hal ini, reputasi berkaitan dengan kualitas yang berkaitan dengan nama yang mempengaruhi nasabah serta menyediakan jaminan apabila terdapat kendala-kendala kecil diperusahaan. Sedangkan religius stimuli berkaitan dengan pengetahuan dan pengalaman seseorang dalam melakukan sesuatu yang dihubungkan dengan produk dan ketaatan terhadap agama. Ketika produk dalam suatu bank dikelola dengan baik dan masyarakat memahami produk tersebut maka masyarakat akan berminat menjadi nasabah dalam suatu bank. Adapun dalam hal ketaatan agama seseorang akan bertindak sesuai apa yang telah diperbolehkan dan dilarang dalam agama yang telah mereka anut.

Penelitian yang dilakukan Machmudah (2009) menunjukkan bahwa faktor *profit sharing* adalah yang paling dominan yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah bank syariah hal ini dikarenakan nasabah non muslim ingin memperoleh keuntungan bagi hasil yang banyak, faktor selanjutnya adalah pelayanan, promosi, lokasi, reputasi dan yang mempunyai pengaruh terkecil dalam mempengaruhi minat nasabah non muslim adalah religius stimuli, itu dikarenakan mayoritas nasabah non muslim hanya lebih condong ke faktor ekonomi.

Dalam penelitian ini, obyek yang akan diteliti adalah masyarakat Kampoeng Ketandan Yogyakarta. Kampoeng Ketandan adalah sebuah kawasan pecinan yang terletak di kawasan Malioboro, pusat Kota Yogyakarta tepatnya berada di sebelah tenggara perempatan antara Jalan Malioboro, Jalan Margo Mulyo, Jalan Pajeksan dan Jalan Suryatmajan. Penduduk di Kampoeng Ketandan ini adalah masyarakat Tionghoa yang mayoritas agamanya adalah non muslim, akan tetapi disana sudah ada masyarakat yang beragama Islam. Alasan peneliti memilih Kampoeng Ketandan dijadikan sebagai objek penelitian dikarenakan Kampoeng Ketandan mayoritas masyarakatnya adalah non muslim, selain itu masyarakatnya juga masih menganggap bank syariah hanya untuk orang muslim, di sisi lain letak Kampoeng Ketandan yang sangat strategis dekat tempat wisata dan menjadi sentralisasi pusat titik keramaian dan bisnis di Yogyakarta.

Dari beberapa penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penyusun tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI REPUTASI BANK, PERSEPSI JAMINAN RASA AMAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT NON MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH(Studi Kasus Masyarakat Non Muslim di Kampoeng Ketandan Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi reputasi bank berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah?
2. Apakah persepsi jaminan rasa aman berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi reputasi bank terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi jaminan rasa aman terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perbankan Syariah

Menjadi bahan masukan bagi perbankan syariah dalam rangka meningkatkan reputasi bank dan jaminan rasa amannya dengan tujuan untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.

2. Bagi Akademisi

Menambah literatur terkait penelitian tentang minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah dan dapat menjadi bahan referensi untuk keperluan studi dan penelitian selanjutnya mengenai perbankan syariah.

3. Bagi Pembaca

Dapat memperluas pemahaman dan pengetahuan mengenai minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran keseluruhan isi penelitian. Adapun sistematika penulisan yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, masing-masing uraian dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang dasar-dasar tentang teori yang melandasi penelitian yang berhubungan dengan tema penelitian yaitu: telaah pustaka, pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODA PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai deskripsi obyek penelitian, hasil analisis data, pembahasan dan argumentasi.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yangtelahdilakukan.



BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi reputasi bank, persepsi jaminan rasa aman dan promosi terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah khususnya di Kampoeng Ketandan Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat non muslim di Kampoeng Ketandan Yogyakarta menjadi nasabah bank syariah. Hal ini berarti bahwa H_1 dalam penelitian ini diterima.
2. Persepsi jaminan rasa aman tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat non muslim di Kampoeng Ketandan Yogyakarta menjadi nasabah bank syariah. Hal ini berarti bahwa H_2 dalam penelitian ini ditolak.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat non muslim di Kampoeng Ketandan Yogyakarta menjadi nasabah bank syariah. Hal ini berarti bahwa H_3 dalam penelitian ini diterima.

B. Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah:

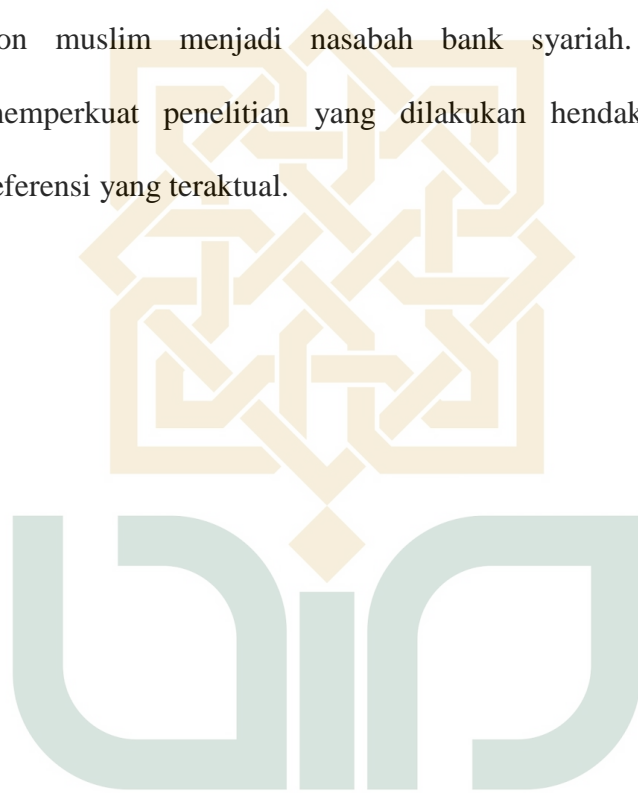
1. Dalam melakukan penyebaran kuesioner peneliti mendampingi responden dalam pengisian kuesioner, hal tersebut dimungkinkan berdampak bias pada hasil penelitiannya.
2. Penggunaan alat statistik untuk pengujian validitas dan reliabilitas tidak bisa menguji secara mendalam pada item-item pernyataan pada kuesioner.
3. Penggunaan variabel promosi yang digunakan untuk mengukur tingkat promosi bank syariah secara umum, sehingga bisa diasumsikan promosi yang dilakukan tiap bank syariah adalah sama. Akan tetapi pada dasarnya cara promosi tiap bank syariah itu berbeda-beda.
4. Tidak adanya variabel *profit sharing* yang dimungkinkan bisa menjadi variabel yang mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap minat masyarakat non muslim.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka terdapat beberapa saran yang nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran dalam penelitian ini adalah

1. Bagi bank syariah: diharapkan untuk lebih memperluas promosi yang dilakukan khususnya pada masyarakat non muslim, agar masyarakat non muslim bisa tahu bahwa bank syariah tidak hanya untuk orang muslim.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya: bagi peneliti yang akan meneliti dengan variabel yang sama dan objek yang sama diharapkan dapat

menambah variabel independen untuk mendapatkan hasil yang akurat dan dapat memberikan manfaat yang lebih luas lagi bagi peningkatan minat masyarakat non muslim terhadap bank syariah. Berdasarkan telaah pustaka yang ada diharapkan peneliti selanjutnya menambahkan variabel *profit sharing* dengan alasan variabel tersebut sudah terbukti mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Kemudian untuk memperkuat penelitian yang dilakukan hendaknya menggunakan referensi yang teraktual.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Qur'an dan terjemahnya. 2008. Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro.
- Alguad, L, M., & Lewis, M, K. 2003. *Perbankan Syariah Prinsip Praktik Prospek*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Az-Zuhaili, Wahbah. 2013. *Tafsir Al-Wasith*. Jakarta: Gema Insani.
- Balqiah, Tengku Ezni dan Hapsari Setyowardani. 2014. *Perilaku Konsumen*. Banten: Universitas Terbuka.
- Basyir, Hikmat et. al. 2011. *Tafsir Al-Muyassar*. Solo: An-Naba'.
- Djaali. 2015. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2011. *Ekonometrika, Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irmayanto, Juli, dkk. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Universitas Trisakti
- Kadir, Muslim Ahmad. 2003. *Ilmu Islam Terapan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiha. 2010. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Priyatno, Duwi. 2009. *Lima Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI.
- Shaleh, Abdul Wahab dan Muhibb Abdul Wahab. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Sekaran, Uma. 2011. *Reserch Methods For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia.
- Sudarsono, Heri. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- _____ 2013a. *Metode Penelitian Administrasi di Lengkapi Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ 2013b. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Research and Development)*. Bandung: Alfabeta.
- _____ 2013c. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna dan Poly Endrayanto. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, Tatik. 2012. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syah, Muhibbin. 2001. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Syaparudin. 2017. *Ilmu Ekonomi Mikro Islam*. Yogyakarta: Trust Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Wibowo, Edi dan Untung Hendy Widodo. 2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah: Kedudukan Nasabah Terhadap Bank Dalam Hubungannya Dengan Penerapan Metode Bunga Di Bank Konvensional Dan Metode Bagi Hasil Di Bank Syariah (Suatu Tinjauan Hukum)*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal & Skripsi

Andika, Randy. 2015. “Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Religius Stimuli, Reputasi, Profit Sharing (Bagi Hasil), dan Promosi terhadap Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Wilayah Jakarta Timur).” *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Aryska, Metha. 2017. “Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru)”. *JOM FISIP*. Vol. 4. No. 1

Asnawi. 2016. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim Dan Non Muslim Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Pangkalpinang)”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Fakultas Ekonomi.

Azhar, Ahmad Fuad. 2016. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank BRI Di Yogyakarta”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Handayani, Puji. 2011. “Masyarakat Etnis Cina Non Muslim Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Cina Non Muslim Bank Mandiri Syariah). *Jurnal Akuntansi Aktual*. Vol. 1 No.1.

Hapsari, Fithri Tyas dan Irfan Syauqi Beik. 2014. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Al-Muzara'ah*. Vol.2. No.1.

Kartika, Dewi. 2017. “Pengaruh Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah Atas Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Surakarta Angkatan 2014-2016”. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

- Machmudah, Rifa'atul. 2009. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Niaga Syariah Cabang Semarang)". *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang. Fakultas Syariah.
- Nopitasari, Eka. 2017. "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah". *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Nurjannah, Leni. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Produk Mudharabah (Studi Pada Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta)". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Purwaningsih, Dian. 2016. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Fakultas ekonomi dan Bisnis.
- Pratiwi, Dani dan Harry Soesanto. 2016. "Analisis Pengaruh Atribut Tabungan, Mutu Tabungan dan Promosi Penjualan Terhadap Citra Perusahaan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Nasabah Tabungan (Studi Kasus Pada Bank Jateng Cabang Koordinator Semarang)". *Diponegoro Jurnal Of Management*. Vol. 5. No.2.
- Sarah, Siti. 2017. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim menjadi Nasabah Bank BCA Syariah Cabang Jatinegara". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Saraswati, Nurul. 2016. "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Magelang)". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Savitri, Amelia Elfitra. 2017. "Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Tingkat Pengetahuan Bank Syariah Pada Siswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Sekolah Menengah Atas di Yogyakarta)". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

- Setyawan, Yohana Nesya dan Edwin Japarianto. 2014. "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Akseibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2. No.1
- Sinatrio, Agung. 2012. "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Jurusan Akuntansi Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Skripsi*. Universitas Widyatama. Fakultas Ekonomi.
- Sukma, Hendik. 2016. "Pengaruh Religiusitas Dan Promosi Terhadap Minat santri Mahasiswa Dalam Memilih Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Promosi Sebagai Variabel Pemoderasi Terhadap Minat Santri Mahasiswa (Studi Kasus Santri Mahasiswa Di Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta)". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Fakultas Agama Islam.
- Sundari, Ana Maulidia. 2017. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Mahasiswa Non-Muslim pada Bank syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta)." *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Yuliati, dan Ignatius Soni Kurniawan. 2017. "Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Condong Catur". *Jurnal Manajemen*. Vol. 7. No. 1. 29 Juni 2017.
- Yupitri, Evi dan Raina Linda Sari. 2012. "Analisis faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1. No.1.
- Zulkham, Ami. 2017. "Pengaruh Disposable Income, Pengetahuan, Dan Persepsi Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Putra Bantul Yogyakarta)". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Web

<https://yogyakarta.bps.go.id> diakses pada 1 April 2018 pukul 09.00

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3445095/ojk-kondisi-bank-syariah-nasional-terus-membaik> diakses pada 6 Oktober 2018 pukul 10.27

lps.go.id



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

PROFIL KAMPOENG KETANDAN

Ketandan merupakan nama Kampoeng yang terletak di kecamatan Gondomanan, Malioboro tepatnya di utara Pasar Beringharjo. Hingga sekarang Ketandan menjadi salah satu sentra perdagangan yang ada di Yogyakarta. Disamping sebagai sentra perdagangan, Ketandan menyimpan keunikan sejarah Etnis Tionghoa yang ada di Yogyakarta. Lokasi Ketandan yang sangat strategis membuat semua orang bisa mengunjungi Kampoeng tersebut. Adapun batas – batas wilayah Ketandan adalah sebagai berikut:

Timur : Jalan Mataram

Selatan : Pasar Beringharjo

Barat : Jalan Malioboro

Utara : Jalan Suryatmajan

Sejarah berdirinya Kampoeng Ketandan tidak terlepas dari keberadaan Etnis Tionghoa sebagai salah satu penggerak perekonomian di Jogja. Etnis Tionghoa di Kota Yogyakarta sendiri mulai diakui sejak masa pemerintahan Sultan Hamengkubuwono VII, yaitu sekitar abad 19 Masehi dengan didirikannya kawasan masyarakat Tionghoa di Ketandan yang merupakan pusat pemukiman pecinan pada jaman Belanda.

Ketandan sendiri berasal dari kata Tondo yang merupakan ungkapan bagi pejabat menarik pajak atau pejabat Tondo yang oleh Sultan diberi wewenang langsung kepada Etnis Cina. Berawal dari hal tersebut, diketahui bahwa Etnis Cina memegang peranan penting dalam perkembangan sejarah dan kebudayaan Yogyakarta.

Dari segi arsitektur, sebagian bangunan di Kampong Ketandan saat ini telah mengalami perubahan. Meski begitu sejumlah bangunan kuno dengan corak arsitektur perpaduan China, Eropa, dan Jawa juga masih dapat ditemukan. Salah satu ciri rumah kuno warga Tionghoa adalah bentuk atap rumah yang melengkung. Berbeda dengan gaya atap rumah tradisional Jawa atau rumah modern yang runcing simetris. Biasanya bangunan berbentuk memanjang ke belakang dengan bagian depan digunakan sebagai toko, sementara bagian belakang untuk tempat tinggal.

Sampai sekarang, kawasan Ketandan masih banyak dihuni oleh kalangan Tionghoa. Umumnya mereka bermatapencarian sebagai pedagang. Mayoritas usaha yang digeluti adalah menjual perhiasan khususnya emas dan permata. Tetapi, jauh sebelum itu banyak warga Tionghoa yang membuka usaha toko kelontong, toko kebutuhan pokok, dan toko jamu obat tradisional. Sampai menjelang tahun 1950-an, hampir 90 persen warganya beralih usaha ke toko emas.



KUESIONER PENELITIAN
Penelitian tentang: Manajemen Pemasaran
PENGARUH PERSEPSI REPUTASI BANK, PERSEPSI JAMINAN RASA
AMAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT NON
MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

Kepada Yth,

Bapak/ Ibu Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Saya adalah mahasiswa program strata satu (S1) Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) jurusan perbankan syariah yang sedang menyusun skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE), dengan ini saya:

Nama : Shofiyani Ismaliya

Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

NIM : 15820111

Sedang mengadakan penelitian dengan judul Skripsi “Pengaruh Persepsi Reputasi Bank, Persepsi Jaminan Rasa Aman dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Non muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Non Muslim di Kampung Ketandan Yogyakarta) ”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bpk/ Ibu/Sdr/i rasakan terhadap perbankan syariah. Semoga partisipasi yang Bpk/Ibu/Sdr/i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Shofiyani Ismaliya

15820111

Petunjuk Pengisian:

Pada pertanyaan di bawah ini, Anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya.

A. Data Diri Responden

1. Nama :(*boleh inisial)
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Agama : Kristen Katolik
 Hindu Kong Hu Cu
 Budha
4. Usia : 21 – 30 Tahun
 31 – 40 Tahun
 41 – 50 Tahun
 > 50 Tahun
5. Pendidikan terakhir : SMP
 SMA
 DIPLOMA (D3)
 SARJANA (S1)
 Lainnya (.....)
6. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 Pegawai Negeri
 Wiraswasta
 Karyawan swasta
7. Status : Sudah Menikah
 Belum Menikah
8. Tanggungan keluarga
(anak/istri/orang lain
Yang ditanggung) : 1 2 3 4 Tidak ada

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda ceklist (v) pada jawaban yang Bapak/Ibu pilih di lembar jawaban yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan perasaan, pendapat, dan keadaan Bapak/ibu yang sebenarnya.

Keterangan:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Point
2. Tidak Setuju (TS) = 2 Point
3. Setuju (S) = 3 Point
4. Sangat Setuju (SS) = 4 Point

Variabel Persepsi Reputasi Bank (X_1)					
No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Karyawan bank syariah mau mendengarkan keluhan nasabah dengan baik.				
2	Karyawan bank syariah mampu menjelaskan masalah keluhan yang dialami nasabahnya.				
3	Bank syariah memiliki karyawan SDM (Sumber Daya Manusia) yang berkualitas.				
4	Saya merasa bank syariah mampu memberikan tingkat pelayanan yang tinggi kepada nasabahnya.				
5	Saya percaya bank syariah mempunyai reputasi yang baik.				
6	Bank syariah populer dikalangan masyarakat.				

Variabel Persepsi Jaminan Rasa Aman (X ₂)					
No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
7	Saya tidak merasa khawatir menjadi nasabah di bank syariah karena dijamin dengan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).				
8	Setiap saya menabung pegawai bank syariah selalu memberikan penjelasan catatan transaksi yang sudah masuk dibuku rekening tabungan saya dengan baik.				
9	Pegawai bank syariah selalu memberikan informasi perkembangan tabungan nasabah.				
10	Pagawai bank syariah mampu memberikan pilihan produk tabungan yang tepat buat diri saya.				

Variabel Promosi (X ₃)					
No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
11	Marketing dalam mempromosikan bank syariah dan produk bank syariah harus bisa meyakinkan calon nasabah.				
12	Marketing melakukan penyebaran brosur dengan cara door to door (rumah ke rumah) agar calon nasabah mengetahui tentang bank syariah.				
13	Bank syariah dalam melakukan promosi menggunakan marketing yang berpengalaman.				
14	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan saya untuk memahami bank syariah.				
15	Bank syariah menyajikan iklan secara berulang-ulang pada berbagai media cetak dan elektronik.				
16	Bentuk iklan yang dibuat cukup menarik bagi saya sehingga saya tertarik menjadi nasabah bank syariah.				
17	Pemberian insentif yang diberikan oleh bank syariah telah membuat				

	saya tertarik.				
18	Bank syariah sering memberikan hadiah kepada nasabah yang loyal.				
19	Bank syariah melakukan pembentukan opini kepada calon nasabah dan khalayak ramai tentang manfaat bank syariah.				
20	Promosi bank syariah ditujukan untuk berbagai macam lapisan masyarakat.				
21	Bank syariah menunjukkan sikap yang ramah dalam menanggapi tanggapan nasabah mengenai bank syariah dan produk bank syariah.				
22	Bank syariah melakukan promosi melalui sponsoring atau event kegiatan yang menarik.				

Variabel Minat (Y)					
No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
23	Saya memilih menjadi nasabah bank syariah karena dari dorongan diri sendiri.				
24	Saya memilih perbankan syariah karena puas dengan layanan yang dapat saling menolong sesama.				

25	Saya memilih bank syariah karena saya percaya dengan prinsip syariah yang diterapkan di bank syariah.				
26	Melalui informasi yang saya peroleh, mendorong saya untuk melakukan transaksi di bank syariah.				
27	Saya yakin perbankan syariah telah mengelola dana secara adil.				
28	Jika di waktu yang akan datang akan membuat rekening baru lagi, saya akan mempertimbangkan bank syariah sebagai pilihan utama.				



HASIL PENGISIAN DATA PRIBADI RESPONDEN

No.	Jenis Kelamin	Agama	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Status	Tanggungjawab Keluarga
1	Perempuan	Kristen	41 - 50 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Sudah Menikah	2
2	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Sudah Menikah	3
3	Perempuan	Katolik	> 50 Tahun	SMP	Wiraswasta	Sudah Menikah	Tidak Ada
4	Laki-laki	Kristen	> 50 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	Tidak Ada
5	Perempuan	Kristen	41 - 50 Tahun	SMP	Wiraswasta	Sudah Menikah	1
6	Perempuan	Katolik	31 - 40 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Belum Menikah	4
7	Laki-laki	Kristen	> 50 Tahun	Lainnya (SD)	Wiraswasta	Sudah Menikah	4
8	Perempuan	Kristen	31 - 40 Tahun	SMA	Wiraswasta	Belum Menikah	Tidak Ada
9	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	Lainnya (SD)	Wiraswasta	Sudah Menikah	4
10	Laki-laki	Katolik	31 - 40 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Belum Menikah	Tidak Ada
11	Perempuan	Kristen	31 - 40 Tahun	DIPLOMA (D3)	Wiraswasta	Sudah Menikah	1
12	Perempuan	Katolik	31 - 40 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	1
13	Laki-laki	Katolik	41 - 50 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
14	Perempuan	Katolik	41 - 50 Tahun	SMP	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
15	Laki-laki	Katolik	31 - 40 Tahun	SMP	Karyawan Swasta	Sudah Menikah	2
16	Perempuan	Katolik	31 - 40 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	3
17	Laki-laki	Kristen	41 - 50 Tahun	SMA	Wiraswasta	Belum Menikah	1
18	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	SMP	Wiraswasta	Sudah Menikah	1
19	Laki-laki	Kristen	> 50 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	2

20	Laki-laki	Kristen	> 50 Tahun	SMP	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
21	Laki-laki	Kristen	> 50 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	1
22	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	Lainnya (SD)	Wiraswasta	Sudah Menikah	1
23	Perempuan	Kristen	31 - 40 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
24	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	SMP	Wiraswasta	Sudah Menikah	1
25	Perempuan	Katolik	> 50 Tahun	SMP	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
26	Laki-laki	Kristen	> 50 Tahun	SMP	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
27	Perempuan	Katolik	> 50 Tahun	SMA	Wiraswasta	Belum Menikah	Tidak Ada
28	Laki-laki	Katolik	21 - 30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Belum Menikah	Tidak Ada
29	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Sudah Menikah	3
30	Perempuan	Kristen	21 - 30 Tahun	SMP	Karyawan Swasta	Belum Menikah	Tidak Ada
31	Laki-laki	Kristen	21 - 30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Belum Menikah	Tidak Ada
32	Laki-laki	Kristen	31 - 40 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
33	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	Lainnya (SD)	Karyawan Swasta	Sudah Menikah	3
34	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	4
35	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	SARJANA (S1)	Wiraswasta	Belum Menikah	Tidak Ada
36	Laki-laki	Kristen	41 - 50 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
37	Perempuan	Kristen	41 - 50 Tahun	DIPLOMA (D3)	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
38	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	Lainnya (SD)	Wiraswasta	Sudah Menikah	4
39	Perempuan	Kristen	21 - 30 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Belum Menikah	4
40	Perempuan	Kristen	> 50 Tahun	SMP	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
41	Perempuan	Kristen	31 - 40 Tahun	SMA	Wiraswasta	Belum Menikah	Tidak Ada
42	Laki-laki	Katolik	21 - 30 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Belum Menikah	Tidak Ada
43	Laki-laki	Katolik	41 - 50 Tahun	Lainnya (SD)	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
44	Perempuan	Kristen	21 - 30 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Sudah Menikah	1

45	Perempuan	Kristen	21 - 30 Tahun	SARJANA (S1)	Wiraswasta	Belum Menikah	2
46	Perempuan	Kristen	21 - 30 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Sudah Menikah	Tidak Ada
47	Perempuan	Katolik	41 - 50 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Sudah Menikah	1
48	Laki-laki	Kristen	31 - 40 Tahun	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah	2
49	Laki-laki	Katolik	21 - 30 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Belum Menikah	2
50	Perempuan	Katolik	21 - 30 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Belum Menikah	Tidak Ada

HASIL PENGISIAN KUESIONER

Persepsi Reputasi (X1)						Persepsi Jaminan Rasa Aman (X2)			
Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	2	3	1	1	1	2	3	4
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	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

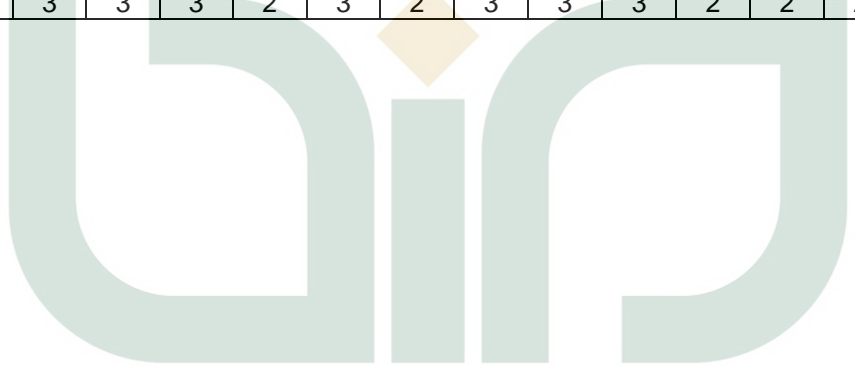
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	2	2	2	3	2	2	2
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
2	2	2	3	3	2	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	3	2
3	3	3	3	3	2	3	2	2	2
2	3	3	2	2	2	3	2	2	3
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
2	2	3	2	2	2	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
3	3	3	4	3	2	3	3	2	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	3	4	3	3	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	4	4	2	4

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	2	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	4	3	4	3	2	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
4	4	3	3	3	3	3	2	3	3
3	4	3	3	2	3	3	3	2	3
3	3	3	3	2	2	2	3	3	3

Promosi (X4)												Minat (Y)					
Q1 4	Q1 5	Q1 6	Q1 7	Q1 8	Q1 9	Q2 0	Q2 1	Q2 2	Q2 3	Q2 4	Q2 5	Q2 6	Q2 7	Q2 8	Q29	Q3 0	Q31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	4	2	1	3	1	3	4	2	3	3	1	1	2	1	2
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	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2
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	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	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	3	3	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	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	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	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	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1
3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1
3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1
3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1
4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	4	4	3	3	2	2	2	1

3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1
2	2	4	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2
4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2
3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3
3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	2	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	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3
4	4	4	4	2	3	4	3	4	2	4	4	2	3	2	2	3	3
4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3
3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2



LAMPIRAN 4

DATA HASIL OLAH DATA

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	18	36,0	36,0	36,0
	Wanita	32	64,0	64,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Agama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kristen	34	68,0	68,0	68,0
	Katolik	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 - 30 tahun	10	20,0	20,0	20,0
	31 - 40 Tahun	11	22,0	22,0	42,0
	41 - 50 Tahun	9	18,0	18,0	60,0
	> 50 Tahun	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Pendidikan_terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	11	22,0	22,0	22,0
	SMA	29	58,0	58,0	80,0
	Diploma (D3)	2	4,0	4,0	84,0
	Sarjana (S1)	2	4,0	4,0	88,0
	Lainnya (SD)	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	6	12,0	12,0	12,0
	Wiraswasta	33	66,0	66,0	78,0
	Karyawan Swasta	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sudah Menikah	35	70,0	70,0	70,0
	Belum Menikah	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Tanggung_an_Keluarga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	20,0	20,0	20,0
	2	17	34,0	34,0	54,0
	3	4	8,0	8,0	62,0
	4	6	12,0	12,0	74,0

Lainnya(Tidak ada)	13	26,0	26,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Reputasi Bank (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,865	6

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Reputasi Bank
Q1	Pearson Correlation	1	,685**	,669**	,658**	,631**	,520**	,888**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Q2	Pearson Correlation	,685**	1	,409**	,547**	,358*	,346*	,708**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,000	,011	,014	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Q3	Pearson Correlation	,669**	,409**	1	,504**	,457**	,491**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000	,001	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Q4	Pearson Correlation	,658**	,547**	,504**	1	,540**	,383**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,006	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Q5	Pearson Correlation	,631**	,358*	,457**	,540**	1	,675**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000	,011	,001	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50

Q6	Pearson Correlation	,520**	,346*	,491**	,383**	,675**	1	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000	,014	,000	,006	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Reputasi Bank	Pearson Correlation	,888**	,708**	,747**	,757**	,795**	,761**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

2. Jaminan Rasa Aman (X2)

		Correlations				Jaminan Rasa Aman
		Q7	Q8	Q9	Q10	
Q7	Pearson Correlation	1	,439**	,100	,148	,563**
	Sig. (2-tailed)		,001	,490	,306	,000
	N	50	50	50	50	50
Q8	Pearson Correlation	,439**	1	,630**	,614**	,910**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50
Q9	Pearson Correlation	,100	,630**	1	,470**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,490	,000		,001	,000
	N	50	50	50	50	50
Q10	Pearson Correlation	,148	,614**	,470**	1	,754**
	Sig. (2-tailed)	,306	,000	,001		,000
	N	50	50	50	50	50
Jaminan Rasa Aman	Pearson Correlation	,563**	,910**	,739**	,754**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,734	4

3. Promosi (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,903	,900	12

Correlations

		Q1 1	Q1 2	Q1 3	Q1 4	Q1 5	Q1 6	Q1 7	Q1 8	Q1 9	Q2 0	Q2 1	Q2 2	Promosi
Q11	Pearson Correlation	1	,56 1**	,45 3**	,33 2*	,16 9	,33 3*	,43 5**	,32 7*	,18 1	,11 2	,22 7	,27 5	,496**
	Sig. (2-tailed)		,00 0	,00 1	,01 9	,24 0	,01 8	,00 2	,02 0	,21 0	,43 7	,11 3	,05 3	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q12	Pearson Correlation	,56 1**	1	,41 6**	,41 7**	,12 9	,35 2*	,42 1**	,22 3	,33 1*	,13 0	,30 1*	,37 3**	,541**
	Sig. (2-tailed)	,00 0		,00 3	,00 3	,37 3	,01 2	,00 2	,11 9	,01 9	,36 9	,03 4	,00 8	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q13	Pearson Correlation	,45 3**	,41 6**	1	,27 2	,11 9	,16 4	,10 5	,21 9	,17 4	- 1	,28 5*	,28 3*	,372**
	Sig. (2-tailed)	,00 1	,00 3		,05 6	,41 0	,25 4	,46 9	,12 6	,22 7	,48 4	,04 5	,04 7	,008
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q14	Pearson Correlation	,33 2*	,41 7**	,27 2	1	,46 1**	,51 8**	,48 1**	,52 2**	,68 8**	,51 6**	,34 8*	,60 8**	,748**

	Sig. (2-tailed)	,019	,003	,056		,001	,000	,000	,000	,000	,000	,013	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q15	Pearson Correlation	,169	,129	,119	,461**	1	,693**	,474**	,761**	,502**	,705**	,522**	,511**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,240	,373	,410	,001		,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q16	Pearson Correlation	,333*	,352*	,164	,518**	,693**	1	,593**	,859**	,606**	,617**	,543**	,627**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,018	,012	,254	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q17	Pearson Correlation	,435**	,421**	,105	,481**	,474**	,593**	1	,627**	,619**	,447**	,330*	,537**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002	,469	,000	,001	,000		,000	,000	,001	,009	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q18	Pearson Correlation	,327*	,223	,219	,522**	,761**	,859**	,627**	1	,543**	,564**	,563**	,574**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,020	,119	,126	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q19	Pearson Correlation	,181	,331*	,174	,688**	,502**	,606**	,619**	,543**	1	,487**	,401**	,697**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,210	,019	,227	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,004	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q20	Pearson Correlation	,112	,130	-,101	,516**	,705**	,617**	,447**	,564**	,487**	1	,411**	,620**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,437	,369	,484	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,003	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

N		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q21	Pearson	,22	,30	,28	,34	,52	,54	,33	,56	,40	,41	1	,65	,674**
	Correlation	,07	,1*	,05*	,08*	,2**	,3**	,0*	,3**	,1**	,1**		,3**	
	Sig. (2-tailed)	,113	,034	,045	,013	,000	,000	,019	,000	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q22	Pearson	,27	,37	,28	,60	,51	,62	,53	,57	,69	,62	,65	1	,822**
	Correlation	,05	,3**	,03*	,8**	,1**	,7**	,7**	,4**	,7**	,0**	,3**		
	Sig. (2-tailed)	,053	,000	,047	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Promosi	Pearson	,49	,54	,37	,74	,74	,84	,73	,82	,75	,69	,67	,82	1
	Correlation	,06**	,1**	,02**	,8**	,7**	,5**	,4**	,9**	,9**	,5**	,4**	,2**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,008	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

4. Minat menjadi Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,912	6

Correlations

		Q23	Q24	Q25	Q26	Q27	Q28	Minat menjadi Nasabah
Q23	Pearson Correlation	1	,634**	,595**	,594**	,540**	,628**	,778**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50

Q24	Pearson	,634**	1	,650**	,640**	,776**	,588**	,834**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Q25	Pearson	,595**	,650**	1	,583**	,724**	,598**	,813**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Q26	Pearson	,594**	,640**	,583**	1	,808**	,792**	,866**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Q27	Pearson	,540**	,776**	,724**	,808**	1	,747**	,904**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Q28	Pearson	,628**	,588**	,598**	,792**	,747**	1	,878**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Minat menjadi Nasabah	Pearson	,778**	,834**	,813**	,866**	,904**	,878**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

Uji Asumsi Klasik

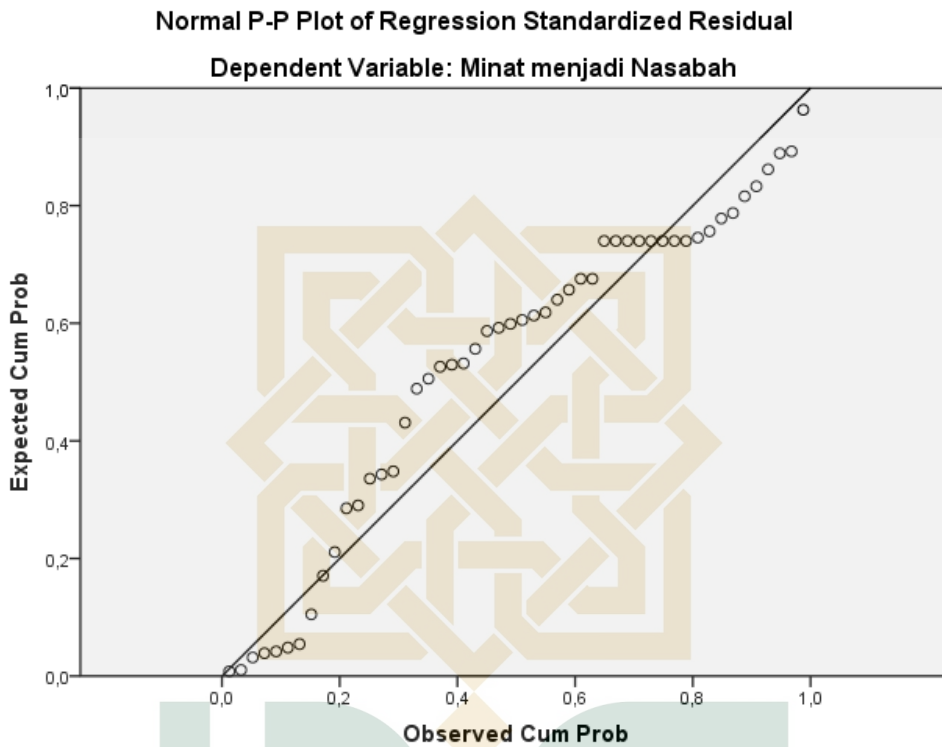
1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,67586158
Most Extreme Differences	Absolute	,168
	Positive	,091
	Negative	-,168

Kolmogorov-Smirnov Z	1,190
Asymp. Sig. (2-tailed)	,118

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



2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

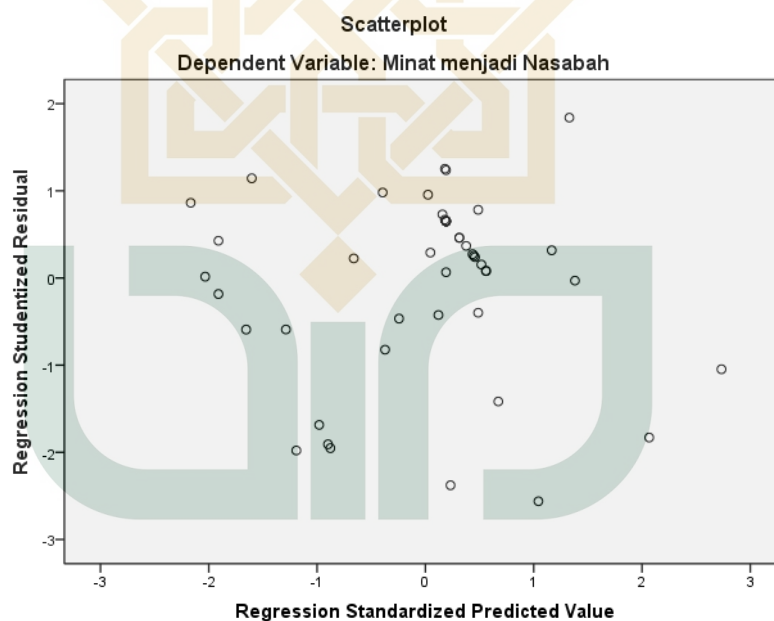
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3,390	1,881		-1,802	,078		
Persepsi Reputasi Bank	,325	,157	,270	2,074	,044	,364	2,744
Persepsi Jaminan Rasa Aman	,138	,349	,072	,394	,695	,183	5,466
Promosi	,355	,100	,564	3,555	,001	,246	4,069

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3,390	1,881		-1,802	,078		
Persepsi Reputasi Bank	,325	,157	,270	2,074	,044	,364	2,744
Persepsi Jaminan Rasa Aman	,138	,349	,072	,394	,695	,183	5,466
Promosi	,355	,100	,564	3,555	,001	,246	4,069

a. Dependent Variable: Minat menjadi Nasabah

3. Uji Heteroskedastisitas



Correlations

	Unstandardized Residual	Reputasi Bank	Jaminan Rasa Aman	Promosi
Spearman's rho	1,000	,096	,028	-,012

	Sig. (2-tailed)	.	,508	,849	,936
	N	50	50	50	50
Reputasi Bank	Correlation Coefficient	,096	1,000	,652**	,524**
	Sig. (2-tailed)	,508	.	,000	,000
	N	50	50	50	50
Jaminan Rasa Aman	Correlation Coefficient	,028	,652**	1,000	,774**
	Sig. (2-tailed)	,849	,000	.	,000
	N	50	50	50	50
Promosi	Correlation Coefficient	-,012	,524**	,774**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,936	,000	,000	.
	N	50	50	50	50

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

Regresi Berganda dan Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,390	1,881		-1,802	,078
	Reputasi Bank	,325	,157	,270	2,074	,044
	Jaminan Rasa Aman	,138	,349	,072	,394	,695
	Promosi	,355	,100	,564	3,555	,001

a. Dependent Variable: Minat menjadi Nasabah

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,846 ^a	,716	,697	1,72965

a. Predictors: (Constant), Promosi, Reputasi Bank, Jaminan Rasa Aman

b. Dependent Variable: Minat menjadi Nasabah

Uji Simultan (F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	346,163	3	115,388	38,570	,000 ^a
	Residual	137,617	46	2,992		
	Total	483,780	49			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Reputasi Bank, Jaminan Rasa Aman

b. Dependent Variable: Minat menjadi Nasabah

DOKUMENTASI PENELITIAN





CURRICULUM VITAE

DATA PRIBADI

Nama : Shofiyani Ismaliya
Jenis Kelamin : Perempuan
TTL : Demak, 28 Juni 1997
Alamat : Pasir RT 03 RW VI Mijen Demak
No.HP : 085799989261
Email : shofiyani943@gmail.com



PENDIDIKAN FORMAL

2002 – 2003 : RA AL – HIKMAH Pasir Mijen Demak
2003 – 2009 : SD Negeri Pasir 03 Mijen Demak
2009 – 2012 : MTS AL – HIKMAH Pasir Mijen Demak
2012 – 2015 : SMK Roudlotul Mubtadiin Balekambang Jepara
2015 – 2018 : S1 Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

PENDIDIKAN NONFORMAL

2003 – 2004 : Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) AL – HIKMAH
2004 – 2010 : Madrasah Diniyah AL-HIKMAH

PENGALAMAN ORGANISASI

2015 – 2016 : Anggota Forum Studi Ekonomi Islam (ForSEI) UIN Sunan Kalijaga
2016 – 2017 : Anggota Koperasi Mahasiswa (KOPMA) UIN Sunan Kalijaga

- 2017 – 2018
- : Pengurus ForSEBI UIN Sunan Kalijaga Departemen Human Resource and Development
 - : Pengurus ForSEBI UIN Sunan Kalijaga Departemen Human Resource and Development
 - : Karang Taruna Patera Yodha Desa Pasir Mijen Demak

