

**ANALISIS MARKETING MIX DALAM MEMPENGARUHI MINAT NON  
MUSLIM (KELUARGA MAHASISWA HINDU DHARMA JOGJA)  
UNTUK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH**



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

**OLEH:**

**RIZKI ALFIANDANI**

**NIM. 16820083**

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

**2020**

**ANALISIS MARKETING MIX DALAM MEMPENGARUHI MINAT NON  
MUSLIM (KELUARGA MAHASISWA HINDU DHARMA JOGJA)  
UNTUK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH**



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

**OLEH:**

**RIZKI ALFIANDANI**

**NIM. 16820083**

**PEMBIMBING :**

**JOKO SETYONO, SE., M.SI**

**NIP. 19730702 200212 1 003**

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

**2020**

# LEMBAR PENGESAHAN



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-641/Un.02/DEB/PP.00.9/09/2020

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS MARKETING MIX DALAM MEMPENGARUHI MINAT NON MUSLIM (KELUARGA MAHASISWA HINDU DHARMA JOGJA) UNTUK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RIZKI ALFIANDANI  
Nomor Induk Mahasiswa : 16820083  
Telah ditujukan pada : Senin, 31 Agustus 2020  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

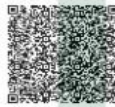
### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Joko Setyono, SE., M.Si.  
SIGNED

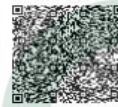
Valid ID: 515992440ca60



Penguji I

Des. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 51587c6882667



Penguji II

Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.  
SIGNED

Valid ID: 5065a261107e7



Yogyakarta, 31 Agustus 2020  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 516a88c30168f

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## SURAT PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Rizki Alfiandani

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 : Rizki Alfiandani

NIM : 16820083

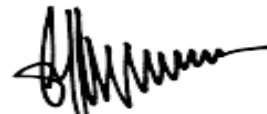
Judul Skripsi : “Analisis Marketing Mix Dalam Mempengaruhi Minat Non Muslim (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Jogja) Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah”

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

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

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 25 Agustus 2020  
Pembimbing



**Joko Setyono, SE., M.SI**

**NIP: 19730702 200212 1 003**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizki Alfiandani

NIM : 16820083

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Marketing Mix Dalam Mempengaruhi Minat Non Muslim (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Jogja) Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan publikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dari karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

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

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Yogyakarta, 25 Agustus 2020

Penyusun,

  
METERAI  
TEMPEL  
59FDFAHF469476280  
6000  
ENAM RIBURUPIAH  
Rizki Alfiandani  
NIM: 16820083

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

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

---

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

Nama : Rizki Alfiandani  
NIM : 16820083  
Jurusan : 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 Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Analisis Marketing Mix Dalam Mempengaruhi Minat Non Muslim (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Jogja) Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/ 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.

Yogyakarta, 25 Agustus 2020

Hormat Saya,



**Rizki Alfiandani**  
NIM: 16820083

MOTTO

*Memilihlah dengan tanpa penyesalan*

Mary Anne Radmacher

*Aku selalu percaya dan yakin bahwa*

ALLAH MAHA BAIK.

Penulis

Jangan membandingkan proses kamu  
dengan proses orang lain  
Karena kamu membutuhkan proses sendiri  
untuk hidupmu

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat serta karunianya  
sehingga SKRIPSI ini selesai diwaktu yang tepat.*

*\_Karya ini saya persembahkan kepada\_*

*Bapak Sarjani & Ibu Ana*

Yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, pengorbanan yang tidak akan ternilai harganya untuk anak-anaknya, dan memberikan motivasi serta dukungan yang begitu besar hingga saat ini, dan

*Adekku Yudha*

Yang juga menjadi salah satu semangatku untuk memperjuangkan kehidupan ini!

*Dan Seluruh Keluarga Besarku yang telah mendukungku*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## 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	Hamzah	'	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>
الأولياء كرامة	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>
شَكَرْتُمْ لَنَا	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**H. Kata Sandang Alif + Lam**

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

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
الْقِيَاسُ	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

**I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat**

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, taufiq, dan hidayah Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan. Sholawat beserta salam senantiasa tetap tercurahkan limpahkan keharibaan Nabi Agung Muhammad SAW. Beliau adalah nabi yang patut kita teladani akhlaqnya sampai datangnya hari kiamat. Semoga kita semua dapat mengikuti teladan beliau, aamiin.

Skripsi ini merupakan wujud karya terakhir saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam menyelesaikan program pendidikan sarjana. Penulisan tugas akhir ini tidak mungkin dapat penulis selesaikan sendiri, pasti ada banyak sekali bantuan dan dukungan dari orang lain. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Sarjani dan Ibu Ana, adik saya Yudha Alfian Chandrazani atas segala doa restu, dukungan, motivasi, pengorbanan dan kasih sayang selama ini.
2. Bapak Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi saya, yang telah memberikan bimbingan, masukan, perbaikan

dengan penuh kesabaran dan selalu memberikan dukungan di setiap langkah saya dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik saya, yang senantiasa membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan dan motivasi penulis selama menempuh pendidikan, meluangkan waktu, dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Akhmad Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si., beserta Ibu Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I., yang sudah saya anggap sebagai orang tua kedua saya di Jogja, yang juga senantiasa sering menjadi tempat curhat, yang sering mengarahkan dan membimbing saya dalam segala hal, terimakasih untuk semuanya.
7. Tidak lupa pak Izra Berakon, M.Sc., yang selalu mengingatkan untuk makan, istirahat yang cukup dan memberi saya pengalaman yang sangat banyak serta berbagai referensi dan motivasi untuk menyemangati diri ini, semua akan selalu saya ingat pak.
8. Seluruh dosenku beliau Pak Alex, Pak Banna, Pak Rosyid, Pak Jei, Pak Farid, Pak Fuad, Bu Dinik, Bu Yaya, Bu Iftah, Bu Mufi, Bu Latis, Bu Dian dan penulis tidak dapat menyebutkan semuanya, beserta seluruh Staf dan Tendik Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, terimakasih untuk segala ilmu, bimbingan, pengalaman dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

9. Keluarga besar Trah Mbah Wagirah Mbah Sarpan dan Trah Mbah Sarimah Mbah Jono yang penulis cintai yang telah memberi doa dan segalanya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
10. Keluargaku, sahabatku, ASM SQUAD. Zuhdi yang selalu jadi korban julid penulis, Galang yang selalu penulis ricuhin untuk minta tolong banyak hal, Asep partner ke-ambiguan ini, Tyaz yang selalu menjadi orang paling mudah panik serta selalu jadi panggilan pertama kalau penulis butuh motor, Heni terimakasih untuk ceritanya, Dewry terimakasih atas support dan hiburan kecilnya disetiap moment, Miftah jangan lupa waktu dirumah sakit kenangan itu tidak akan pernah terlupakan, Ais sahabat dari sospem jangan lupa cerita dikosmu dulu jadi basecamp kita, Afi yang selalu minta diboncengin oleh penulis setiap pergi jauh, Vita yang selalu sedikit banyak menasihati dan menghibur.
11. Hawin Dini Fajriyah, teman dalam mendewasakan cara berfikirku, yang telah sabar menerima segala kekuranganku, memberikan kasih sayang, saling mengingatkan dan mengarahkan, menasihati serta memotivasi sejak awal hingga proses penyelesaian Skripsi dan kuliah S1 ini, semoga ada jalan terbaik untuk kita berdua.
12. Idul, Mbak Fatim, Rizky, Mas Zami, Intan ps17, Fikry ps17, selaku teman, sahabat, dan keluarga yang sama-sama dari Pati yang selalu memberi dukungan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
13. Serta untuk semua orang sekitar penulis yang selalu support, mengingatkan dan mendoakan, Kak La, Burhan, Balqis, Yusril, Exza, Detri, Riana, Dita,

Ridho, Eza, Rudi, Ilham, Adhari, Wahid, Mbak Anggi, Hani dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

14. Keluarga PS 2016 khususnya PS B is the Best, Bidikmisi UIN 2016, Pengurus Bidikmisi Wilayah V Periode 2018, teman KKN 99 Kanigoro-Kranon, Kontrakan Elite Terbaik (Shauqy, Koni, Wigo, Faldy, Zuka, Sadli), DEMA F 2019 (Lekhan, Devi, Selly, Sari, Reva, Sintia, dkk), HMPS PS (Mbak Ning, Bang Fa'I, dkk), Nurussyabab PMII Ekuilibrium (Mas Zaenal, Mas Kun, Mas Rofiq, Nutria, Rima, Ana, Enji, Hilal dkk), Terimakasih atas prosesnya selama ini.

15. Teman-teman KMHD Yogyakarta, beserta semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, serta seluruh teman penulis selama kuliah yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT memberikan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya serta membalas semua jasa-jasa mereka yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Besar harapan bagi penulis atas kritik, saran, dan masukan yang pembaca berikan untuk perbaikan selanjutnya. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya kepada pembaca pada umumnya. Amiin

Yogyakarta, 25 Agustus 2020

Hormat Saya,



**Rizki Alfiandani**  
NIM: 16820083



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR.....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxi
ABSTRAK.....	xxii
ABSTRAC.....	xxiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Sistematika Pembahasan.....	13

BAB II .....	15
LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Teori Perilaku Konsumen .....	15
2. Model Perilaku Konsumen.....	16
3. Minat Konsumen.....	18
4. Marketing Mix .....	21
5. Bank Syariah.....	32
B. Penelitian Terdahulu .....	33
C. Pengembangan Hipotesis .....	41
D. Kerangka Pemikiran.....	49
BAB III .....	50
METODOLOGI PENELITIAN .....	50
A. Jenis Penelitian.....	50
B. Jenis dan Sumber Data.....	50
C. Populasi dan Sampel .....	51
D. Teknik Pengumpulan Data.....	53
E. Definisi Operasional Variabel.....	53
F. Skala Pengukuran Penelitian.....	57
G. Teknik Pengujian Instrumen Penelitian .....	58
H. Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV .....	65
PEMBAHASAN.....	65
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	65
B. Karakteristik Responden .....	65
1. Responden Berdasarkan Usia.....	65
2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
3. Responden Berdasarkan Pendapatan .....	67
4. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	68
C. Analisis Data.....	69
1. Uji Instrument Data.....	69

2. Uji Asumsi Klasik.....	72
3. Uji Regresi Linear Berganda.....	75
4. Uji Hipotesis .....	78
5. Pembahasan Hasil Penelitian .....	84
 BAB V .....	 108
 PENUTUP .....	 108
A. Kesimpulan .....	108
B. Keterbatasan Penelitian.....	109
C. Saran .....	109
 DAFTAR PUSTAKA.....	 111
 LAMPIRAN .....	 i



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia .....	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	55
Tabel 4.1 Usia Responden .....	66
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	66
Tabel 4.3 Pendapatan Perbulan Responden.....	67
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	68
Tabel 4.5 Ringkasan Uji Validitas.....	70
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonieritas .....	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4.11 Hasil Uji F .....	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	83
Tabel 4.15 Detail Jawaban Kuesioner Produk .....	86
Tabel 4.16 Detail Jawaban Kuesioner Promosi.....	88
Tabel 4.17 Detail Jawaban Kuesioner Tempat.....	92
Tabel 4.18 Detail Jawaban Kuesioner Harga .....	95

Tabel 4.19 Detail Jawaban Kuesioner Karyawan.....	98
Tabel 4.20 Detail Jawaban Kuesioner Proses.....	102
Tabel 4.21 Detail Jawaban Kuesioner Bukti Fisik .....	104



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....	i
Lampiran 2: Transkrip Wawancara.....	ix
Lampiran 3: Data Karakteristik Responden.....	xv
Lampiran 4: Data Jawaban Kuesioner Responden .....	xxi
Lampiran 5: Hasil Olah Data SPSS Karakteristik Responden .....	xli
Lampiran 6: Hasil Olah Data SPSS Jawaban Kuesioner Responden .....	xliii
Lampiran 7: Dokumentasi .....	lxi
Lampiran 8: Curriculum Vitae.....	lxii



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *marketing mix* (produk, promosi, tempat, harga, orang/karyawan, proses, bukti fisik) terhadap minat Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta untuk menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini bersifat studi kausal yang mana memiliki tujuan untuk mengetahui apakah satu variabel dapat mempengaruhi variabel yang lain. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1113 jiwa yang merupakan anggota Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta. Teknik pengambilan sampelnya adalah *Sampling Purposive*. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda dengan SPSS 20.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk dan proses berpengaruh positif terhadap minat Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta untuk menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan harga berpengaruh negatif, dan promosi, tempat, orang/karyawan, bukti fisik tidak berpengaruh terhadap minat Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta untuk menjadi nasabah bank syariah.

**Kata Kunci:** *Produk, Promosi, Tempat, Harga, Orang/Karyawan, Proses, Bukti Fisik, Minat*



## ***ABSTRAC***

This research aims to determine the effect of the marketing mix (product, promotion, place, price, person / employee, process, physical evidence) on the intention of the Yogyakarta Dharma Hindu Student Family to be a customer on sharia bank. This research is a causal study which has the aim of finding out whether one variable can influence another variable. The population in this study amounted to 1113 people who are members of the Yogyakarta Hindu Dharma Student Family. The sampling technique is purposive sampling. The data in this study were obtained through a questionnaire. The data analysis method used in this research is validity test, reliability test, classical assumption test, and multiple linear regression analysis with SPSS 20.0.

The results of this study indicate that the product and process have a positive effect on the interest of the Hindu Dharma Yogyakarta Student Family to become customers of Islamic banks. While price have a negative effect, and promotion, place, people / employees, physical evidence do not affect the intention of Hindu Dharma Yogyakarta Student Families to become customers of Islamic banks.

***Keywords: Product, Promotion, Place, Price, People, Proses, Physical Evidence, Intention***





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Sejarah mengenai bank syariah, pada tahun 1990 lalu telah dibentuk kelompok kerja yang mana bertugas untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Hal ini dipelopori oleh Majelis Ulama Indonesia atau biasa disebut dengan MUI. Pada tanggal 18-20 Agustus tahun 1990 MUI berhasil melaksanakan lokakarya perbankan dan bunga bank yang bertempat di Bogor tepatnya di Cisarua.

Dalam kegiatan tersebut mendapatkan beberapa hasil yang pada selanjutnya dibahas secara rinci pada Musyawarah Nasional IV Majelis Ulama Indonesia yang dilaksanakan pada tanggal 22-25 Agustus 1990 yang bertempat di Jakarta dan menghasilkan amanat untuk membentuk kelompok kerja pendirian bank Islam di Indonesia. Maksud dari kelompok kerja tersebut adalah bagian dari tim Perbankan Majelis Ulama Indonesia yang ditugaskan untuk dapat melakukan pendekatan dan konsultasi dengan pihak yang terlibat. Dari dibentuknya tim tersebut terbentuklah PT Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia yaitu yang mana berdiri pada tanggal 1 November 1991 dalam akta pendiriannya, dan beroperasi mulai 1 Mei 1992.

Dalam mendirikan sebuah lembaga juga harus dilindungi oleh sebuah undang-undang, dengan kata lain untuk melegalkan aktifitas operasional bank syariah maka diperlukan adanya pengesahan dasar hukum operasional tentang

bank yang mana dalam hal ini telah termaktub dalam UU No.7 Tahun 1992 yang kemudian dirubah dalam UU No.10 Tahun 1998 serta UU No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia.

Menurut Antonio (2005:18) perbankan syariah di Indonesia yang berkembang secara cepat dan menjadi semakin besar, dapat memberi sumbangsih dan kontribusi yang baik untuk ikut memberi dukungan terhadap pertumbuhan ekonomi yang mana sesuai dengan prinsip syariah. Tidak hanya karena dukungan dan regulasi yang diterbitkan pemerintah saja, akan tetapi perkembangan bank syariah juga tidak dapat lepas dari kualitas dan pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah yang mana hal tersebut semakin hari semakin terlihat menjadi lebih baik. Keragaman dan kualitas produk, pelayanan, jaminan keamanan, minimalnya resiko serta sikap profesionalitas yang dimiliki oleh praktisi bank syariah yang semakin membaik, secara perlahan membuat perbankan syariah dapat mengejar rivalnya yaitu bank konvensional.

Dalam Wardhana (2009:73) mengemukakan pendapat dari seorang non muslim yaitu Hermawan Kertajaya yang dengan jelas menyatakan bahwa dirinya merupakan orang cina dan non muslim akan tetapi mempelajari keuangan syariah dan beliau juga yakin beranggapan bahwa sistem syariah itu benar. Terlebih ketika Hermawan Kertajaya juga mengetahui bahwa Nabi Muhammad merupakan seorang pedagang yang jujur serta apa yang dilakukannya itu sungguh memiliki pengaruh besar terhadap berkembangnya sistem ekonomi syariah. Selain daripada itu, masih ada salah satu

pernyataannya yang sedikit mengejutkan yaitu dikatakan bahwa sistem ekonomi syariah cocok untuk semua kalangan dan bukan hanya untuk orang muslim saja. Hal tersebut merupakan sebuah pengakuan jujur dari seorang non muslim cina yang dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem ekonomi Islam merupakan konsep untuk mengatasi masalah keuangan dan perekonomian serta perbankan yang dibutuhkan saat ini.

**Tabel 1.1 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia**

KANTOR	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
BPRS	163	163	163	166	167	168	164
UUS	23	22	22	22	21	21	20
BUS	11	12	12	13	13	13	14

*Sumber: Data Statistik Perbankan Syariah (OJK)<sup>1</sup>*

Dari tabel 1.1 tersebut dapat peneliti artikan bahwa jumlah BPRS pada tahun 2013-2015 stagnan dan tidak mengalami peningkatan, pada tahun 2016 bertambah 3 BPRS, 2017-2018 masing-masing bertambah 1 BPRS dan tahun 2019 berkurang 4 BPRS sehingga total akhir pada tahun 2019 menjadi 164 BPRS.

Sedangkan jumlah Unit Usaha Syariah dari tahun 2013-2019 mengalami penurunan jumlah yang stabil, dari masing-masing tahun menurun satu unit, dengan total akhir pada tahun 2019 terdapat 20 UUS.

Akan tetapi untuk Bank Umum Syariah dari tahun ke tahun mengalami

<sup>1</sup> Otoritas Jasa Keuangan RI, Statistik Perbankan Syariah – Juni 2019. [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) diakses pada tanggal 10 Desember 2019

peningkatan yang stabil yaitu dari tahun 2013 terdapat 11 BUS, 2014-2015 terdapat 12 BUS, 2016-2018 terdapat 13 BUS, dan untuk total akhir pada tahun 2019 terdapat 14 Bank Umum Syariah.

Selain dari data tabel 1.1 diatas, peneliti juga mencantumkan data perkembangan asset beserta jumlah dana pihak ketiga pada bank syariah.

**Tabel 1.2 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia**

<b>Keterangan</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Perkembangan Asset (dalam miliar rupiah)	288.027	316.691	350.364
DPK	238.393	257.606	288.978

Sumber: *Data Statistik Perbankan Syariah (OJK)*<sup>2</sup>

Dari tabel 1.2 tersebut dapat peneliti artikan bahwa asset beserta DPK pada bank syariah mengalami peningkatan. Perkembangan asset bank syariah dari tahun 2018 meningkat sebesar 9.95% dari tahun 2017, sedangkan untuk perkembangan asset pada tahun 2019 meningkat sebesar 10.63% dari tahun 2018. Dana Pihak Ketiga (DPK) pada tahun 2018 juga mengalami peningkatan sebesar 8.05% dari tahun 2017, sedangkan pada tahun 2019 meningkat sebesar 12.17% dari tahun 2018.

<sup>2</sup> Otoritas Jasa Keuangan RI, Statistik Perbankan Syariah – Mei 2020. [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) diakses pada tanggal 10 Agustus 2020

Antara lembaga perbankan syariah dan lembaga perbankan konvensional terdapat satu perbedaan yang sangat utama dan vital seperti yang telah tertulis dalam AlQur'an surat AlBaqarah [2] [278-279].<sup>3</sup>

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ۗ (٢٧٨)  
 فَاِنْ لَّمْ تَفْعَلُوْا فَاذْنُوْا بِحَرْبٍ مِّنَ اللّٰهِ وَرَسُوْلِهِۦ ۗ وَاِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوْسُ اَمْوَالِكُمْ  
 لَا تَظْلِمُوْنَ وَلَا تُظْلَمُوْنَ (٢٧٩)

Menurut Wardhana (2009) pada dasarnya dalam bank syariah tidak menggunakan sistem bunga namun menggunakan sistem prinsip bagi hasil didalam aktifitas operasionalnya, yang mana dianggap terhitung lebih dekat dan menguntungkan dengan pemodal usaha kecil. Seiring berjalannya waktu, bank syariah terbukti adil serta menguntungkan bagi segala pihak, yang semakin hari semakin berkembang dan mendapatkan banyak kepercayaan dari berbagai lapisan masyarakat, tidak hanya orang muslim saja, tapi bahkan sampai masyarakat non muslim. Maka dari hal itu, jika dilihat bersama, semakin hari semakin bertambah banyak masyarakat non muslim yang melakukan kegiatan perekonomiannya melibatkan bank syariah.

Dari penjabaran diatas, dapat dilihat bahwa saat ini memang perbankan syariah mengalami perkembangan yang pesat. Hal itu tidak terlepas dari cara pemasaran yang digunakan oleh perbankan syariah itu

<sup>3</sup> “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (QS. Al-Baqarah: 278) Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. (QS. Al-Baqarah: 279).

sendiri. Cara maupun langkah pemasaran dapat dilakukan apabila memiliki sarana yang disebut bauran pemasaran atau biasa disebut juga *marketing mix*. Kotler dan Armstrong (2012:119) mengungkapkan bahwa bauran pemasaran merupakan seperangkat cara pemasaran yang digunakan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan perusahaannya di pasaran. Hal tersebut menjadi penting dikarenakan bauran pemasaran merupakan suatu hal dasar yang digunakan oleh calon nasabah untuk menentukan pilihan jadi atau tidaknya menabung dan jadi nasabah di lembaga perbankan syariah.

Karena bauran pemasaran sangat penting untuk nasabah dalam mempertimbangkan Keputusan untuk menabung atau tidaknya di bank syariah, maka bank harus lebih paham dan mengerti apa saja yang diharapkan oleh nasabah. Pertama dalam bauran pemasaran adalah produk, produk merupakan satu hal yang bisa disediakan ke pasar tujuan sehingga bisa menjadi fokus konsumen, dan produk tersebut yang ditawarkan dapat dibeli dan dipakai maupun dimanfaatkan sebagai bahan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan dari konsumen. Kedua harga, merupakan sejumlah uang yang ditukar oleh pelanggan kepada penjual untuk kepentingan memiliki atau menggunakan produk maupun layanan dari penjual.

Berikutnya adalah tempat, mencakup seluruh aktifitas perusahaan dalam menciptakan suatu produk yang ditujukan untuk konsumen yang menjadi sasaran. Selain itu tempat merupakan salah satu aspek penting

dalam saluran distribusi, karena dalam menyalurkan produknya sebuah perusahaan melibatkan pengecer serta distributor lainnya. Keempat adalah promosi yang mana dapat diartikan sebagai suatu langkah dalam pemasaran sebagai alat guna mengomunikasikan dan menjualkan produk dari perusahaan untuk pelanggan yang potensial.

Akan tetapi seiring berjalannya waktu, Lovelock dan Wirtz (2011:44-48) memberi pernyataan yang mana teori bauran pemasaran terdapat perkembangan yang mana dalam industri bidang jasa terdapat tambahan 3P yaitu *process*, *peoples*, serta (*physicall evidence*). Proses adalah langkah pembuatan yang jadi fokus perhatian, pembuatan dan pemberian nilai produk yang membutuhkan *design* dan tindakan proses yang efektif. Berikutnya lingkungan fisik atau bukti fisik adalah lingkungan dan tempat jasa dibuat serta untuk berinteraksi dengan konsumen, sehingga sangat wajar apabila dibuat semenarik mungkin untuk calon nasabah. Terakhir adalah *people* (orang) adalah perseorangan yang berkomunikasi secara langsung dengan nasabah, yang mana sangat dibutuhkan sikap yang luwes, baik serta memiliki aura positif.

Dengan adanya unsur bauran pemasaran tersebut peneliti menilai bahwa hal-hal tersebut dapat mempengaruhi minat dari calon nasabah. Menurut Pandji (1995), minat merupakan rasa ketertarikan, rasa suka atau senang terhadap satu objek atau satu aktifitas dengan tanpa ada paksaan atau perintah dari orang lain dan biasanya terdapat satu tindakan untuk mencari objek tersebut. Dalam hal ini kaitannya adalah dengan rasa

ketertarikan yang diberikan oleh bank kepada calon nasabah. Diantaranya seperti produk yang ditawarkan oleh bank, tempat yang disediakan untuk melayani nasabah secara prima, harga yang dapat bersaing dipasaran yang dilakukan oleh sesama perbankan, kegiatan promosi yang dilakukan untuk menarik minat calon nasabah, karyawan yang menjadi garda utama untuk berkomunikasi dengan nasabah, serta pelayanan proses dan bukti fisik untuk menunjang kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Mulyandi dan Sani (2020) yang menyatakan bahwa produk, proses, orang, bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen sedangkan tempat, harga dan promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Disamping itu, terdapat penelitian dari Yupitri dan Sari (2012) menyampaikan didalam penelitian ini memiliki hasil yang menganggap bahwa yang berpengaruh kuat untuk nasabah non muslim menjadi nasabah bank BSM adalah dari faktor *facilities*, *promotion* dan *product*

Serta penelitian dari Firman, dkk (2010) yaitu faktor *product*, *place* dan *people* menjadi faktor yang berpengaruh. namun variabel yang tidak berpengaruh adalah *price*, *promotion*, *process*, *physical evidence*. Dari hasil diatas hanya ada tiga faktor yang mempengaruhi dan empat faktor yang tidak mempengaruhi, dan faktor *product* adalah yang paling memiliki pengaruh terhadap pertimbangan nasabah.



Yogyakarta telah terkenal dengan julukannya sebagai kota pelajar serta miniatur Indonesia. Banyak mahasiswa yang datang dari sabang sampai merauke, beragam kebudayaan serta keyakinan ada di Yogyakarta, salah satunya adalah agama Hindu. Mengenai organisasi kepemudaan Hindu di daerah Yogyakarta, hal tersebut tidak dapat terlepas dari peranan organisasi kepemudaan yang dinamakan (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma) KMHD.<sup>4</sup>

KMHD merupakan organisasi mahasiswa Hindu yang terbentuk di setiap lingkungan universitas yang ada di Yogyakarta. KMHD terbentuk tidak lain dan tidak bukan dikarenakan adanya kesamaan pemikiran yang dirasakan oleh anggotanya, yaitu sama-sama memiliki latar belakang sebagai mahasiswa Hindu. Hal dasar selain itu adalah berasal dari naluri setiap manusia, yang mana menginginkan hidup berkelompok dan memiliki perkumpulan suatu komunitas karena tidak mempunya untuk hidup secara individual. Selain itu rasa ingin berbagi setiap orangnya, sehingga dalam KMHD ini menjadi wadah untuk anggotanya dapat berbagi tentang berbagai hal, terutama tentang masalah keHinduan.<sup>5</sup>

Melihat penjelasan di atas, maka peneliti melakukan penelitian tentang minat KMHD untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini telah diperkuat dengan adanya data yang mana bank syariah tidak hanya memiliki nasabah muslim saja, akan tetapi juga masyarakat non muslim.

---

<sup>4</sup> Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta yang selanjutnya akan disebut KMHD

<sup>5</sup> <https://kmhdYogyakarta.wordpress.com/about/> diakses pada 18 Desember 2019

Sesuai dengan penelitian dari Firdaus (2018) yang memberikan pernyataan bahwa telah banyak orang non muslim yang berkeyakinan Hindu dan menjadi nasabah Bank Syariah di Bali tepatnya di Denpasar dan juga telah memakai produknya. Maka dari itu, menarik apabila mengetahui apa saja yang dapat menjadi pengaruh minat KMHD untuk menjadi nasabah bank syariah, khususnya dari elemen yang ada pada *marketing mix*.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS MARKETING MIX DALAM MEMPENGARUHI MINAT NON MUSLIM (KELUARGA MAHASISWA HINDU DHARMA YOGYAKARTA) UNTUK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang didapat berdasar latar belakang diatas adalah:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah ?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah ?
3. Bagaimana pengaruh tempat terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah ?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah ?
5. Bagaimana pengaruh orang (karyawan) terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah ?
6. Bagaimana pengaruh proses terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah ?

7. Bagaimana pengaruh bukti fisik terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian yang akan penulis lakukan ini diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu:

1. Untuk menjelaskan pengaruh produk terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah.
2. Untuk menjelaskan pengaruh promosi terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah.
3. Untuk menjelaskan pengaruh tempat terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah.
4. Untuk menjelaskan pengaruh harga terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah.
5. Untuk menjelaskan pengaruh orang (karyawan) terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah.

6. Untuk menjelaskan pengaruh proses terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah.
7. Untuk menjelaskan pengaruh bukti fisik terhadap minat non muslim KMHD (Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta) untuk menjadi nasabah bank syariah.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi banyak pihak.:

1. Dapat menjadi tambahan sumber rujukan untuk penelitian dimasa yang akan datang tentang ilmu ekonomi syariah.
2. Menambah wawasan keilmuan tentang ekonomi syariah terutama bidang perbankan syariah.
3. Sebagai bahan pertimbangan pihak Bank dalam menentukan kebijakan yang diterapkan, khususnya dalam bidang pemasaran produk supaya dapat menambah nasabah.
4. Menambah wawasan bagi praktisi bank syariah terutama bidang manajemen pemasaran.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini secara garis besar terdiri dari lima bab, yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil dan pembahasan, serta penutup.

- BAB I : Pendahuluan, bab i dalam penelitian ini berisikan mengenai penjelasan latar belakang masalah untuk dijadikan penelitian, rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian dan bagian terakhir dalam bab ini adalah sistematika penulisan
- BAB II : Landasan Teori, bab ii dalam penelitian ini diantaranya berisikan tentang penjelasan teori yang mempunyai hubungan dengan variabel yang digunakan oleh peneliti, kumpulan penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti, serta kerangka hipotesis penelitian.
- BAB III : Metode Penelitian, bab iii dalam penelitian ini diantaranya berisikan mengenai jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti, jenis beserta sumber data, populasi beserta sampel penelitian, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan peneliti.
- BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan, bab iv dalam penelitian ini berisikan mengenai uraian gambaran umum yang menjadi objek penelitian, hasil beserta pembahasan dari analisis data penelitian.
- BAB V : Penutup, bab v dalam penelitian ini berisikan mengenai kesimpulan penelitian ini, saran bagi perusahaan dan pihak yang memiliki kepentingan, serta saran bagi peneliti berikutnya yang akan mengambil tema penelitian yang sama.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan di Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya yaitu:

1. Terdapat pengaruh antara produk terhadap minat Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini dapat diartikan bahwa H1 dalam penelitian ini diterima.
2. Tidak terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini dapat diartikan bahwa H2 dalam penelitian ini ditolak.
3. Tidak terdapat pengaruh antara tempat terhadap minat Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini dapat diartikan bahwa H3 dalam penelitian ini ditolak.
4. Harga berpengaruh negatif terhadap minat Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini dapat diartikan bahwa H4 dalam penelitian ini diterima.
5. Tidak terdapat pengaruh antara karyawan terhadap minat Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini dapat diartikan bahwa H5 dalam penelitian ini ditolak.

6. Terdapat pengaruh antara proses terhadap minat Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini dapat diartikan bahwa H6 dalam penelitian ini diterima.
7. Tidak terdapat pengaruh antara karyawan terhadap minat Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini dapat diartikan bahwa H7 dalam penelitian ini ditolak.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah dirancang dan dilaksanakan sebaik-baiknya, akan tetapi masih terdapat beberapa keterbatasan, di antaranya sebagai berikut:

1. Variabel penelitian ini hanya menggunakan 7 unsur *marketing mix* diantaranya yaitu produk, promosi, tempat, harga, orang, proses serta bukti fisik, yang mana digunakan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat KMHD untuk menjadi nasabah bank syariah. Sehingga tidak meneliti secara keseluruhan semua aspek yang berhubungan dengan teknik pemasaran suatu produk atau jasa.
2. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang mana terdapat 2 cara penyebarannya, yaitu secara offline dan online. Sehingga jika secara online, peneliti tidak dapat melihat dan mendampingi secara langsung responden dalam mengisi kuesioner.

#### **C. Saran**

Berdasar pada hasil didalam karya ini yang telah dijelaskan di atas, sehingga dianggap ada saran yang sekiranya diharap dapat memberi manfaat



untuk pihak yang bersangkutan. Saran dalam penelitian ini diantaranya yaitu berikut:

1. Untuk penelitian yang akan dilakukan berikutnya diharap penelitian ini dapat menjadi acuan dan bahan untuk membandingkan dalam melakukan penelitian yang serupa dimasa yang akan datang, khususnya menambah teori tentang *marketing mix* ataupun aspek lain yang dapat mempengaruhi minat menabung calon nasabah, karena pada dasarnya harapan, selera serta kebutuhan konsumen akan berubah mengikuti perkembangan yang ada.
2. Sebaiknya pada penelitian berikutnya diusahakan penyebaran kuesioner yang ada dilakukan secara offline sehingga dapat mendampingi para responden dalam mengisi kuesioner dengan harapan responden paham betul dengan apa yang ditanyakan oleh peneliti. Jika dengan metode penyebaran kuesioner online, diharapkan terdapat cara untuk mendampingi para responden untuk mengisi kuesioner.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M. Nur Rianto. (2011). *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Solo: Era Adicitra Intermedia.
- Amin, Muslim., Zaidi Isa., & Rodrigue Fontaine. (2013). Contrasting the drivers of customer satisfaction on image, trust, and loyalty of Muslim and non-Muslim customers in Malaysia. *International Journal of Bank Marketing* Vol. 31 No. 2.
- Anoraga, Pandji. (1995). *Dinamika Koperasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Antonio, Syafi'i. (2005). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani
- Ariyanto, Azis. (2011). *Studi Komparasi Aplikasi Gadai Emas serta Strategi Pengembangan pada Bank Syariah dan Perum Pegadaian Syariah*. Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Evanita, Leny. (2013). *Disiplin Kerja, Gaya Kepemimpinan, Pelatihan, dan Kinerja Karyawan RSUD Lubuk Sikaping*. Tesis. Universitas Esa Unggul Jakarta.
- Faisal, Mohammad., Asif Akhtar & Asad Rehman. (2014). Attitude of Muslims and Non-Muslims towards Islamic Banking – An Exploratory Study in India The Developing Role of Islamic Banking and Finance: *From Local to Global Perspectives Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis*, Volume 95, No. 141-162.
- Fauzan, M. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Dengan Regresi Linier Berganda di PT. Muamalat Indonesia Cabang Pematangsiantar. *Jurnal Riset Sistem Informasi & Teknik Informatika*. Vol. 1, No. 1.
- Firdaus, Ridwan A. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Bertransaksi di BSM*. Studi kasus Bank Mandiri Syariah Denpasar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sunan Kalijaga.
- Ghazali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 edisi ke-5*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian (Kelima)*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hamid, Edy Suandi. (2012). *Dinamika Ekonomi Indonesia*. Yogyakarta: UII Press.

- Hapsari, F. T., & Beik, I. S. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta . *Jurnal Al-Muzara'ah*, Vol. 2, No. 1.
- Indriyo, Gitosudarmo. (2008). *Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Irawan, Wijaya, F., & Sudjoni, M. (1997). *Pemasaran Prinsip dan Kasus, Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana.
- Karim, Adiwirman A. (2008). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*, Edisi. 14. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kuncoro, M. (n.d.). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. In 2011. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Kurnianto, Eman. 2013. Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Customer Menabung di Taheta PT. Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Tengah Cabang Tamiang Layang. *Jurnal Kindai Vol. 9. No 4*.
- Kurniati. (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Muslim Dan Non Muslim Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Yogyakarta dan Bank Pembangunan Daerah (BPD) DIY Syariah)*. Tesis. PPs-UGM.
- Lovelock, and Jochen Wirtz. (2011). *Service Marketing People, Technology, Strategy. 7th edition. Upper Saddle River*. New Jersey: Pearson Hall.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2009) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2011) *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Kedua)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013) *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Salemba Empat.

- Machmudah, Rifa'atul. (2009). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Studi pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang. Skripsi. IAIN Walisongo Semarang.*
- Mappiare, Andi. (1994). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Mbawuni, Joseph., & Simon Gyasi Nimako. (2018). Muslim and non-Muslim consumers' perception towards introduction of Islamic Banking in Ghana. *International Journal of Economics and Finance*. Volume 7(2), No. 63-77.
- Mulyandi, M. R. dan Estika P. Sani (2020). Pengaruh E Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada E Commerce Di Indonesia) dalam *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol. 3, No. 1.*
- Prastowo, Andi. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Priyatno, D. (2009). *Lima Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI.
- P, Muddin. (2018). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Untuk Menabung di BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, Veithzal, dkk. (2011). *Islamic Transaction Law in Business dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sari, Y., Sumarwan, U., & Hosen, M. N. (2015). Analysis of Factors of Chinese Ethnic Preferences in Islamic Bank Indonesia. *Jurnal Al-Muzara'ah, Vol. 3, No. 1.*
- Sekaran, Uma. (2013). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran & Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shaleh, Abdul Rachman & Muhib A. W. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto S. K. (2016). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern (Edisi3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukron. (2012). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank BNI Syariah Cabang Semarang. *Skripsi. UIN Walisongo Semarang*.
- Sumarni, M., & Wahyuni, S. (2005). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Supranto dan Nandan Limakrisna. (2011). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Swastha, Basu & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Umam,Khaerul. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Umar, H. (2013). *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Viranti, F. A., & Ginanjar, A. (2015). Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS Case Study in BRI Syariah. *The Journal of Tauhidinomics*. Vol. 1 No.1.
- Wahab, Sulaiman. (2013). Marketing Mix Dan Religi Terhadap Minat Masyarakat. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi FE Universitas Widyagama Malang*. Volume 2 . Nomor 2.
- Wardhana, Wisnu Arya. (2009). *Melacak Teori Einstein dalam Al Qur'an Penjelasan Ilmiah tentang Teori Einstein dalam Al Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Widarjono. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wijaya,Evelyn dan Puspa Marantika Ariyanti. (2018). Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada Pt.

- Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang A.Yani Pekanbaru. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*. Volume 1 No 2.
- Wijaya, R. M. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Masyarakat Non Muslim di Bank Syariah (Studi Pada BNI Syariah KC Tanjung Karang Bandar Lampung). *Skripsi: UIN Raden Intan Lampung*.
- William, J. Stanton. (2006). *Dasar – dasar Manajemen*. Jakarta: Mandar Maju.
- Yulianto, K Firman. Agung Yuniarinto. Surachman. (2010). Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran terhadap Pertimbangan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Medan. *Jurnal WACANA Vol. 13 No. 4*.
- Yupitri, E., & Sari, R. L. (2012). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma Yogyakarta

Ditempat

Salam Hormat

Perkenalkan nama saya Rizki Alfiandani, mahasiswa tingkat akhir jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang sedang melakukan penelitian dengan judul ***“ANALISIS MARKETING MIX DALAM MEMPENGARUHI MINAT NON MUSLIM (KELUARGA MAHASISWA HINDU DHARMA) YOGYAKARTA UNTUK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH ”***. Kuesioner ini dibuat sebagai sarana dalam rangka mendukung pembuatan skripsi, sebagai syarat untuk menyelesaikan studi saya. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan bantuan teman-teman mahasiswa KMHD semua untuk memberikan penilaian secara objektif terhadap beberapa pertanyaan dibawah. Data yang anda isikan akan saya jaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik penelitian saya. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
Rizki Alfiandani

Petunjuk pengisian kuesioner:

Bacalah semua pertanyaan dengan baik, berilah tanda (v) untuk menjawab setiap pertanyaan. Dalam menjawab pertanyaan kuesioner ini, tidak ada jawaban yang dianggap salah.

**5 Responden beruntung akan mendapatkan fasilitas membuka rekening bank syariah baru (GRATIS) / paket kuota.**

Profil Responden

1. Nama :

2. Nomor HP :

3. Usia a. < 20 tahun

c. 26 – 30 tahun

b. 20 – 25 tahun

d. > 30 tahun

4. Jenis kelamin

a. Pria b. Wanita

5. Status Pernikahan

a. Belum menikah

b. Menikah

c. Janda/ Duda

6. Pendidikan terakhir

a. SMA atau sederajat

b. Diploma atau sederajat

c. Sarjana (S1) atau sederajat

d. Magister (S2) atau sederajat

7. Pendapatan per bulan

a. < Rp 1.000.000

c. Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000



b. Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000      d. Rp 3.000.001 s.d Rp 4.000.000

8. Tempat Tinggal Domisili :

Untuk pertanyaan, silahkan berikan tanda silang (v) pada kotak yang paling sesuai dengan pendapat Anda.

Dengan penilaian sebagai berikut:

SS: Sangat Setuju      STS: Sangat Tidak Setuju

S: Setuju      TS: Tidak Setuju

1. Produk

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Kemudahan bertransaksi yang ditawarkan oleh Bank Syariah menambah minat saya untuk menjadi nasabah				
2	Dengan adanya mesin ATM yang memudahkan dalam bertransaksi, menambah minat saya untuk menjadi nasabah				
3	Fitur ATM Bank Syariah berupa penarikan, transfer, pembelian dan pembayaran sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon nasabah				
4	ATM Bank Syariah memiliki fitur yang sesuai dengan harapan calon nasabah				
5	Produk bank syariah yang beragam mampu menambah minat saya untuk menjadi nasabah				
6	Produk Bank Syariah yang terjamin keamanannya, menambah minat saya untuk menjadi nasabah				

2. Promosi

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Brosur mengenai bank syariah dapat menambah pengetahuan kepada calon nasabah				
2	Brosur yang disebarakan oleh bank syariah memuat informasi yang cukup jelas				
3	Pemberian hadiah kepada nasabah dapat menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
4	Promo-promo yang menarik untuk nasabah, menambah minat saya untuk menjadi nasabah				
5	Promosi bank syariah pada social media dan media massa dapat menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
6	Promosi bank syariah ditempat umum dan event-event tertentu mampu menambah minat saya untuk menjadi nasabah				

### 3. Tempat

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Bank syariah memiliki lokasi yang mudah jangkau				
2	Saya sering melihat dan menemukan kantor bank syariah di sepanjang jalan				
3	Lokasi parkir yang memadai menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
4	Kemudahan dalam menjangkau bank syariah menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				

5	Lokasi yang berada dipusat keramaian, mampu menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
6	Halaman yang luas, menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				

#### 4. Harga

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Biaya administrasi yang wajar mampu menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
2	Biaya yang dikeluarkan nasabah hanya untuk kebutuhan nasabah, mampu menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
3	Porsi bagi hasil yang ditawarkan Bank Syariah kompetitif, sehingga mampu menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
4	Sistem bagi hasil yang wajar digunakan mampu menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
5	Kemudahan proses pembayaran dan setor tunai dengan biaya yang wajar menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
6	Saldo minimum bank syariah yang wajar mampu menambah minat saya untuk menjadi nasabah				

#### 5. Orang

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS

1	Karyawan bank syariah yang memiliki kemampuan serta memberikan layanan cepat menambah minat saya untuk menjadi nasabah				
2	Karyawan bank syariah yang memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan produk menambah minat saya untuk menjadi nasabah				
3	Karyawan bank syariah yang sigap dan tanggap menambah minat saya untuk menjadi nasabah				
4	Karyawan bank syariah yang ramah menambah minat saya untuk menjadi nasabah				
5	Penampilan karyawan bank syariah yang sopan menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
6	Penampilan karyawan bank syariah yang menarik menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				

6. Proses

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Transaksi yang mudah pada bank syariah menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
2	Persyaratan yang mudah dalam proses transaksi, menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
3	Proses transaksi yang cepat pada bank syariah menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
4	Transaksi yang handal dan tepat pada bank syariah menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				

5	Proses penyelesaian masalah dari keluhan nasabah yang dilakukan secara professional menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
6	Karyawan bank syariah yang teliti dalam memenuhi kebutuhan nasabah, menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				

7. Bukti Fisik

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Ruang tunggu yang nyaman menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
2	Bank Syariah menggunakan sistem antri elektronik, menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
3	Keamanan yang terjamin untuk nasabah menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
4	Interior ruangan yang menarik menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
5	Penempatan papan nama dan logo bank yang jelas dan mudah dikenali menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				
6	Tata letak ruang yang rapi menambah minat saya untuk menjadi nasabah bank syariah				

8. Minat

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya tertarik menjadi nasabah Bank Syariah karena sistem bagi hasil				

2	Saya berminat untuk menjadi nasabah bank syariah karena lokasi yang strategis				
3	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena biayanya tidak membebani nasabah				
4	Saya berfikir bahwa saya akan mencoba menjadi nasabah bank syariah karena produknya sesuai dengan keinginan saya				
5	Saya berencana untuk menjadi nasabah bank syariah karena karyawan yang ramah				
6	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena banyak hal yang menguntungkan yang saya dapat				



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Lampiran 2

### Transkrip Wawancara

Responden 1

Nama : Agung Carma/Bli Gung

Asal : Denpasar, Bali

Hari/Tanggal Wawancara : Selasa, 16 Juni 2020

Peneliti	“Om Swastiastu Bli Gung, apakabar bli,, lagi di kos apa dirumah ini, jadi gini bli, kemarin waktu saya penelitian sama temen-temen KMHD, bli Gung masih inget ya, nah jadi skrg udah selesai olah data bli, ternyata dari tujuh variabel itu, ada lima yang nggak berpengaruh, diantaranya adalah promosi,tempat,harga,karyawan, dan bukti fisik. Tau ya bli gimana data nggak berpengaruh?”
Bli Gung	Om Swastiastu, baik mas kabarnya, ini di Bali, iya mas tau, ada yang bisa saya bantu?
Peneliti	Wah mantabb Bli gung ini memang peka bangeet,wkwkw. Jadi langsung saja ya bli, menurut Bli Gung, apa sih yang menyebabkan kelima variabel diatas itu tidak dapat mempengaruhi minat temen-temen KMHD? Oiya bli untuk indikator masing-masing variabel biar bli Gung inget tak kirim file ya,
Bli Gung	Oooo, oke mas, jadi kenapa kelima variabel itu tdk berpengaruh ya,
Peneliti	Iya Bli, ada lima jadi dijawab singkat dan menurut bli Gung aja, gpp kog
Bli Gung	Yang pertama mengenai Promosi mas, menurutku ya mas pertama, dari kami itu rata-rata berasal dari bali, sedangkan sangat jarang bank syariah yang ada disana, dan kami seringkali hanya bertransaksi melalui bank umum dan bank daerah atau bpr. Yang jelas pada intinya kami kurang mendapatkan sosialisasi tentang bank syariah itu sendiri mas, selain itu media promosi juga kurang mengena di kami kali ya as, atau kami yang gak perhatiin kan bisa.
Peneliti	Oke bli siaaapp,, selanjutnya?

Bli Gung	<p>Selanjutnya tempat ya mas, paling utama alasan kenapa nggak berpengaruh itu karena bank syariah sangat tidak mudah dijangkau, kenapa seperti itu, karena jumlahnya hanya sedikit kami temui, persebarannya kurang merata.</p> <p>Selanjutnya kenapa harga tidak berpengaruh, sepertinya karena kurang ada yang menarik gitu mas, apa yaa, kayak kurang ciri khas gitu, apa sih yang sebenarnya jadi pembeda dengan bank umum konven, gitu mas, kalau sekedar bunga dan bagi hasil kan kami juga belum paham mendalam ya mas, wkwkw, atau mungkin karena biaya administrasi ya mas, jadi mau syariah mau konven sama aja, gaada pembeda, jadi ya tetap nggak mempengaruhi.</p>
Peneliti	Selanjutnya karyawan sama bukti fisik bli,,hehe
Bli Gung	<p>Menurut saya ya mas kalau variabel karyawan itu kenapa gak berpengaruh, mungkin karena kami jarang atau gapernah bahkan, ke bank syariah ya mas, jadi kami anggap sama, pasti karyawan di suatu lembaga khususnya bank, pasti sopan dan ramah semua, itu pasti di terapkan di semua lembaga jasa. Jadi faktor ketertarikan karena karyawan itu hanya sedikit menurut saya pribadi.</p> <p>Lalu yang terakhir itu bukti fisik, saya lebih melihat ke tata letak mas kalau lewat ya, yang saya lihat itu ya sama gada bedanya dengan bank konven, datang ada satpam, trus ada antrian, jadi menurut saya itu yaa, memang pada umumnya begitu, jadi nggak pengaruh-pengaruh amat sih mas untuk minat kami, seperti halnya karyawan tadi.</p>
Peneliti	Waaahh.. mantab kali memang Bli Gung ini, sekali lagi makasih ya bli, atas segala bantuannya



Responden 2

Nama : Agung Dicky

Asal : Bali

Hari/Tanggal Wawancara : Selasa, 16 Juni 2020

Peneliti	“oia dik, mumpung lagi chat samamu, kamu kan respondenku juga, aku skalian wawancara samamu ya, soalnya ada beberapa dataku yang nggak berpengaruh
Dicky	Owalah, oke dan, gimana
Peneliti	Jadi dataku yang nggak berpengaruh tu ada lima, promosi, tempat, harga, karyawan, sama bukti fisik,. Nah, menurutmu ya dik, kkamu sbg KMHD, kenapa dan apa yang membuat itu nggak berpengaruh?
Dicky	Sebelumnya aku mau liat kuesionermu dul dan, coba kirim lagi
Peneliti	Oke, done
Dicky	Jadi kalau promosi, stigma dari kami itu selalu oh syariah, paling buat muslim aja, gitu, dan menurutku, bank syariah itu kurang nekenin promosiya secara riil gitu, syariah kan,,trus apa yang bikin kita interest kesitu gitu, jadai mnurutku belum ada point plus yang membedakan promosi bank syariah dengan konven.jadi point intinya value dari bank syariah itu sendiri. Berikutnya tempat dan, ini yang menurutku ya, temen-temen KMHD itu mikir, yang syariah ya hanya bisa narik di bank atau ATM syariah, sedangkan yang kami lihat itu bahkan sangat jarang kan ada ATM syariah,jadi mikirnya juga takut kena biaya admin narik di lain ATM ya.
Peneliti	Oke dik,,masukkk... berikutnya?
Dicky	Harga kan ya, menurutku kok orang NonIs itu kurang interest gitu,, untuk nyari tau fasilitas yang ditawarkan bank, apalagi identik dengan syariat Islam kan.jadi kan kami gapaham apa dan bagaimana bagi hasil ya,, jadi masih kurang menarik aja gitu bagi kami,intinya kurang dapat terlirik oleh kami.,
Peneliti	Heem, trus dik?
Dicky	Untuk bukti fisik ya dan, menurutku semua bank itu pasti bentuknya ya gitu-gitu aja mirip kan semuanya orang mereka punya teta letak ruang yang tergolong sama kan, jadi yaaaa interior,design ruang tunggu juga, sama aja gitu, gak berpengaruh <i>wong</i> intinya bentuknya sama aja

	Sama kek karyawan juga pasti di semua bank, <i>frontliner</i> nya yaaa yang ganteng cantik kan, dan pasti harus ramah sopan, kana da SOP nya juga mereka kan, jadi yaa gitu dan, gak terlalu mempengaruhi memang.
Peneliti	Okedeh dik,, tengkyu atas kesempatannya buat bincang-bincang ini ya,, hehe, trimakasih bantuannya pokonya,.



Responden 3

Nama : Jajang Akhmad Hakiki

Status : Marketing BSM kantor cabang Jalan Kaliurang

Hari/Tanggal Wawancara : Senin, 17 Agustus 2020

Peneliti	“Assalamualaikum Bang, mo ganggu waktunya bentar boleh?”
Bank	Waalaiikumsalam, iya, gimana dan
Peneliti	Jadi gini bang, di penelitianku itu ada hasil yang gak berpengaruh, nah, direvisi sama pak Joko, diminta buat wawancara langsung sama pihak bank, gitu bang,
Bank	Iya,, trus?
Peneliti	Jadi temaku penelitian itu marketing mix, nah kebetulan yang kurang kuat argumennya itu bagian promosi, karyawan, sama bukti fisik, nah menurut bang Jajang sebagai praktisi itu bagaimana, kenapa sih kog ketiganya itu nggak mempengaruhi minat respondenku?, oiya bang, respondenku itu mahasiswa Hindu.
Bank	Woalah,, kalua menurutku simple sih dan, aku kan juga marketing ya, khususnya aku malah marketing pembiayaan, tapi sambil di marketing tabungan juga, gitu, kalua menurutku semua itu faktor budaya, itu pada dasarnya
Peneliti	Kenapa bang Jajang bisa mengatakan faktor budaya?
Bank	Yang pertama tentunya kita harus balik ke prinsip ekonomi, gimana, siapapun itu, mau muslim mau Hindu pasti mikir ke sistem ekonomi, yang mana yang menguntungkan pasti itu yang dipilih. Untuk promosi ya dan, kenapa nggak berpengaruh kan, seberapa besarpun bank syariah melakukan promosi, menurut kami itu untuk produk tabungan masih dipegang oleh bank konven, karena pada dasarnya memang bank konven sudah ada dari lama, jadi itu sudah membudaya kan, makanya tadi aku katakan kalau faktor budaya, nah kecuali kalau yang kita promosiin itu produk pembiayaan, kebanyakan malah pada ke syariah mereka, karena kalau di hitung-hitung cicilan di tempatku sendiri ini lebih ringan, gitu
Peneliti	Oke bang, trus untuk karyawan sama bukti fisik gimana?
Bank	Bukti fisik ya, perlu di akui memang, siapa yang lebih dekat siapa yang menguntungkan dia yang akan dicari, disini maksud

	<p>bukti fisik itu kantor dan seisinya kan?, ya gitu yang mana yang dekat pasti lebih mudah dijangkau, dan kantor konven kan lebih banyak, sedangkan kalau syariah mungkin terhitung lebih sedikit dan respondenmu kurang tau letaknya, oh disini ada bank syariah, oh disini ada ini, ada itu, gitu,. Oiya satu lagi paling penting promosi itu adalah mouth to mouth, dari mulut ke mulut, itu paling dasar juga di promosi, jadi ketika sudah ada salah satu dari respondenmu itu nanti jadi nasabah, bisa itu nyebarin ngajak temannya,</p> <p>Terus buat karyawan, menurutku lebih ke cara penjelasan sih, kek aku sendiri nih, ya kan, marketing itu kan yang paling dilihat orang ataupun calon nasabah kan pengetahuan kita tentang produk bank itu sendiri, jadi ya, point utama di knowledge dari karyawan itu paling penting, ketika kita lagi masarin produk, ya kita harus paham, supaya calon nasabah juga paham secara gamblang, nah kalau cara marketing jelasin aja belibet, gimana calon nasabah tertarik, kan gitu.</p>
Peneliti	Wahhhh mantab bang, baik,,trimakasih atas waktunya ya bang semoga bermanfaat, heheh.lancar sukses terus bang,
Bank	Baik dan sama-sama, semoga segera sidang,

Lampiran 3

**Data Karakteristik Responden**

<b>NO</b>	<b>Asal Perguruan Tinggi</b>	<b>Usia</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Pendapatan per Bulan</b>
1	UNY	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
2	UNY	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
3	UNY	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
4	Universitas Negeri Yogyakarta	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
5	UNY	20-25 tahun	wanita	Sarjana (S1)	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
6	UNY	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
7	Sanata Dharma	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
8	UNY	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
9	Universitas Gadjah Mada	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
10	ugm	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
11	Universitas Gadjah Mada	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
12	UNY	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
13	Uny	<20 tahun	Pria	Sarjana (S1)	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000

14	Sanata Dharma	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
15	UTY	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
16	UTY	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
17	UGM	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
18	Universitas Gadjah Mada	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
19	UTY	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
20	Sanata Dharma	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
21	universitas negeri yogyakarta	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
22	Universitas Negeri Yogyakarta	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
23	UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
24	Universitas Negeri Yogyakarta	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
25	UNY	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
26	UNY	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
27	UNY	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
28	Universitas Negeri Yogyakarta	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000

29	Universitas Negeri Yogyakarta	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
30	UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
31	UNY	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
32	Universitas negeri yogyakarta	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
33	UNY	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
34	Universitas Negeri Yogyakarta	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
35	UGM	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
36	UGM	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
37	UGM	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
38	UGM	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
39	UGM	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	> Rp 3.000.001
40	UGM	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
41	UGM	<20 tahun	wanita	Sarjana (S1)	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
42	UGM	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
43	UNY	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
44	Sanata Dharma	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000

45	USD	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
46	Uny	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
47	Uny	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
48	USD	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
49	Uny	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
50	USD	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
51	UGM	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
52	UNY	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
53	Sanata Dharma	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
54	Sanata Dharma	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
55	UGM	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
56	UGM	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
57	UGM	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
58	Sanata Dharma	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
59	Universitas Sanata Dharma	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
60	UTY	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
61	Uny	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
62	UGM	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000



63	Uny	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
64	USD	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
65	Uny	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
66	UGM	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
67	UGM	20-25 tahun	Pria	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
68	UNY	20-25 tahun	Pria	Diploma	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
69	UGM	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
70	UGM	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
71	Sanata Dharma	20-25 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	> Rp 3.000.001
72	UGM	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	> Rp 3.000.001
73	UPN	20-25 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 2.000.001 s.d Rp 3.000.000
74	Uny	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
75	UGM	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
76	Universitas Negeri Yogyakarta	<20 tahun	wanita	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
77	Universitas Negeri Yogyakarta	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
78	UNY	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	Rp 1.000.000 s.d Rp 2.000.000
79	UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000

80	Universitas Negeri Yogyakarta	<20 tahun	Pria	SMA atau Sederajat	< Rp 1.000.000
----	----------------------------------	-----------	------	--------------------	----------------



## Lampiran 4

### Data Jawaban Kuesioner Responden

No	Produk						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	2	2	3	3	3	3	16
2	2	2	2	3	2	2	13
3	2	3	3	3	2	2	15
4	2	4	3	2	3	2	16
5	3	3	3	4	3	4	20
6	3	3	3	4	2	3	18
7	1	2	2	3	3	4	15
8	2	3	2	3	2	3	15
9	2	3	2	3	2	2	14
10	1	1	1	1	1	1	6
11	2	3	3	3	3	3	17
12	3	3	2	2	3	4	17
13	3	3	3	4	3	3	19
14	3	3	4	2	2	3	17
15	2	3	3	2	2	2	14
16	3	3	2	2	2	2	14
17	2	3	2	2	3	3	15
18	3	3	3	3	3	3	18
19	2	2	2	2	3	4	15
20	3	3	2	2	3	3	16
21	3	3	3	2	3	3	17
22	3	3	3	3	3	3	18

23	3	3	4	3	3	3	19
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	2	3	3	3	17
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	2	3	3	3	2	2	15
30	3	3	3	3	3	4	19
31	3	3	3	3	3	3	18
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	3	4	3	3	4	21
35	2	2	2	2	2	2	12
36	3	3	4	3	3	3	19
37	2	3	3	3	2	2	15
38	2	3	3	3	2	2	15
39	2	3	2	3	3	2	15
40	3	3	4	4	3	3	20
41	2	3	3	3	3	3	17
42	2	3	2	2	2	2	13
43	2	4	3	3	2	2	16
44	4	4	3	3	4	4	22
45	4	4	4	3	3	3	21
46	4	4	4	3	3	3	21
47	4	3	3	4	4	3	21
48	4	3	3	4	4	4	22
49	4	3	3	4	4	4	22

50	4	3	3	4	3	4	21
51	3	4	3	2	4	4	20
52	3	4	3	3	4	4	21
53	4	4	3	2	3	3	19
54	2	3	2	2	2	3	14
55	3	2	3	2	3	2	15
56	2	3	2	3	2	3	15
57	2	4	3	2	3	3	17
58	3	3	3	3	2	3	17
59	3	4	3	3	3	3	19
60	3	3	3	3	3	3	18
61	4	3	3	4	4	4	22
62	4	3	3	3	4	4	21
63	4	3	3	4	3	3	20
64	3	3	3	4	4	3	20
65	4	3	3	4	4	4	22
66	3	3	2	1	4	3	16
67	3	4	4	3	4	3	21
68	4	3	3	2	3	4	19
69	3	2	2	2	3	4	16
70	3	3	3	4	3	3	19
71	3	3	3	3	2	2	16
72	3	3	4	4	3	4	21
73	4	3	3	2	3	2	17
74	2	3	3	3	3	2	16
75	3	3	4	3	2	2	17
76	3	3	3	3	3	3	18

77	2	4	3	2	3	2	16
78	3	3	2	3	3	3	17
79	3	3	3	3	3	4	19
80	2	4	3	2	3	2	16

No	Promosi						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	3	1	1	2	2	3	12
3	3	2	4	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	4	24
5	2	2	3	3	3	4	17
6	2	2	3	3	4	4	18
7	2	3	3	3	2	3	16
8	3	3	3	4	3	3	19
9	2	2	3	2	2	2	13
10	1	1	1	1	1	1	6
11	3	2	4	3	3	3	18
12	3	1	3	3	3	3	16
13	4	3	3	3	3	3	19
14	4	4	4	3	2	2	19
15	2	2	2	2	3	2	13
16	3	3	3	3	2	3	17
17	3	2	3	2	3	3	16
18	3	2	2	2	2	2	13
19	4	3	3	3	2	2	17
20	4	3	3	2	3	2	17

21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	4	4	3	3	3	3	20
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	3	2	3	17
27	3	2	3	3	2	2	15
28	3	3	3	3	3	3	18
29	4	3	3	3	3	3	19
30	3	3	4	4	3	3	20
31	4	3	3	3	3	3	19
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	1	1	14
34	4	4	4	4	4	3	23
35	2	2	2	2	2	2	12
36	3	3	3	2	4	4	19
37	3	3	3	3	2	2	16
38	3	3	3	3	2	2	16
39	4	2	4	3	3	2	18
40	3	4	3	3	3	4	20
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	2	3	3	2	2	15
43	3	2	2	2	2	2	13
44	4	3	4	4	4	3	22
45	4	4	4	4	4	4	24
46	3	4	3	4	4	4	22
47	4	4	3	3	4	4	22

48	4	3	4	4	4	4	23
49	4	3	4	3	4	4	22
50	4	3	3	4	4	4	22
51	3	3	3	3	4	2	18
52	4	3	4	3	3	3	20
53	3	3	4	3	3	4	20
54	2	2	3	2	3	2	14
55	3	2	2	3	3	3	16
56	3	3	3	4	4	4	21
57	3	3	3	4	4	3	20
58	1	2	3	3	2	2	13
59	3	3	4	4	3	2	19
60	4	3	4	3	4	3	21
61	4	3	4	3	4	4	22
62	4	3	3	3	4	4	21
63	3	3	3	4	4	4	21
64	3	3	4	4	3	3	20
65	3	3	4	4	4	4	22
66	4	3	3	3	4	3	20
67	4	3	4	4	3	3	21
68	4	3	4	4	3	2	20
69	3	3	3	4	3	2	18
70	3	4	3	3	4	3	20
71	3	3	3	2	2	3	16
72	3	3	4	4	3	2	19
73	3	3	4	3	3	4	20
74	4	2	3	3	3	3	18



75	4	3	4	2	2	3	18
76	3	3	3	3	3	3	18
77	4	4	4	4	4	4	24
78	3	3	3	3	2	3	17
79	3	3	4	4	3	3	20
80	4	4	4	4	4	4	24

No	Tempat						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	2	3	2	3	2	2	14
2	3	3	3	2	2	3	16
3	2	2	3	3	3	3	16
4	2	2	2	2	2	2	12
5	3	4	3	4	3	4	21
6	3	3	2	3	3	3	17
7	3	3	2	3	3	3	17
8	3	3	3	3	3	3	18
9	3	4	2	3	3	2	17
10	3	3	1	1	1	1	10
11	3	3	2	4	3	2	17
12	3	3	2	3	3	2	16
13	3	3	3	3	3	3	18
14	1	1	1	4	2	3	12
15	2	3	3	4	3	3	18
16	2	2	2	3	3	3	15
17	2	2	2	3	3	3	15
18	2	2	1	1	1	1	8

19	3	3	3	4	4	3	20
20	3	2	2	3	3	3	16
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	2	3	3	3	3	2	16
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	2	2	3	3	3	16
26	2	2	2	2	2	2	12
27	2	1	3	3	3	3	15
28	4	3	3	4	4	3	21
29	3	3	2	3	3	2	16
30	3	2	2	3	3	2	15
31	3	3	3	3	3	3	18
32	3	3	3	3	3	3	18
33	2	1	3	3	3	3	15
34	3	3	3	4	4	4	21
35	2	2	2	2	2	2	12
36	3	4	3	4	3	4	21
37	2	3	3	3	2	2	15
38	2	3	3	3	2	2	15
39	1	4	2	3	3	3	16
40	2	2	3	3	4	3	17
41	3	3	3	3	2	2	16
42	3	3	2	2	2	2	14
43	3	3	3	2	2	2	15
44	4	4	3	4	4	4	23
45	3	3	4	3	4	4	21

46	4	3	3	4	4	4	22
47	4	3	3	4	4	3	21
48	4	3	3	4	4	3	21
49	3	3	3	4	4	4	21
50	3	3	3	4	4	3	20
51	3	3	2	3	3	2	16
52	2	2	2	3	3	2	14
53	3	2	3	3	3	3	17
54	2	2	2	3	3	2	14
55	3	2	2	3	3	2	15
56	3	2	3	3	3	3	17
57	3	2	2	3	3	2	15
58	3	3	2	3	2	2	15
59	3	3	2	3	3	2	16
60	3	3	3	3	3	2	17
61	4	3	3	3	4	4	21
62	4	3	3	3	4	3	20
63	3	3	3	4	4	3	20
64	4	3	3	4	3	3	20
65	3	3	3	4	4	3	20
66	3	3	3	3	4	3	19
67	2	2	3	3	2	4	16
68	3	4	3	4	3	3	20
69	2	2	2	3	3	2	14
70	2	2	3	2	3	3	15
71	3	3	4	4	3	2	19
72	4	4	3	3	3	2	19

73	3	3	3	2	3	2	16
74	2	2	2	4	3	3	16
75	2	2	3	2	3	3	15
76	3	3	3	3	3	3	18
77	2	2	2	2	2	2	12
78	2	2	2	2	2	2	12
79	3	2	2	3	3	2	15
80	2	2	2	2	2	2	12

No	Harga						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	2	2	2	2	2	2	12
3	3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	4	2	4	2	19
5	2	2	1	2	3	3	13
6	3	2	2	2	3	3	15
7	3	3	2	2	3	3	16
8	3	3	3	3	3	3	18
9	3	3	3	3	2	2	16
10	1	1	1	1	1	1	6
11	3	3	2	3	3	3	17
12	3	3	3	2	2	2	15
13	3	4	3	3	3	3	19
14	4	4	2	3	4	2	19
15	3	3	3	3	3	3	18
16	2	3	3	3	4	1	16

17	3	3	2	2	2	2	14
18	4	3	3	3	3	3	19
19	3	3	2	2	3	2	15
20	3	4	2	1	4	3	17
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	3	3	3	3	3	3	18
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	2	3	3	2	3	16
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	4	3	3	3	3	19
31	3	3	3	3	3	3	18
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	3	3	18
34	3	2	4	4	4	4	21
35	2	2	2	2	2	2	12
36	4	3	3	3	3	4	20
37	2	2	2	2	3	3	14
38	2	2	2	2	3	3	14
39	4	3	4	4	3	3	21
40	3	3	4	3	3	3	19
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	3	3	3	3	3	18
43	3	3	3	2	2	2	15

44	4	4	4	4	4	3	23
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	3	3	4	4	3	21
47	3	4	3	3	4	3	20
48	4	3	3	4	4	3	21
49	3	4	3	4	3	3	20
50	3	3	3	4	4	3	20
51	3	3	4	3	3	3	19
52	3	2	2	2	3	2	14
53	3	2	3	2	3	3	16
54	2	2	2	2	2	2	12
55	2	2	2	2	3	2	13
56	3	3	2	3	3	3	17
57	3	3	2	2	2	2	14
58	2	2	2	2	3	3	14
59	3	3	3	3	3	3	18
60	3	3	3	3	3	3	18
61	3	3	3	3	4	4	20
62	3	3	3	4	4	3	20
63	3	4	3	3	4	3	20
64	3	3	3	3	4	3	19
65	3	4	3	3	3	4	20
66	3	3	2	2	4	3	17
67	4	3	4	3	3	4	21
68	4	4	3	3	4	4	22
69	3	3	2	2	3	3	16
70	3	3	4	4	3	3	20

71	3	4	4	4	4	3	22
72	3	4	3	3	4	4	21
73	3	4	3	3	3	4	20
74	3	3	2	2	3	2	15
75	3	3	3	4	4	4	21
76	3	3	3	3	3	3	18
77	3	4	4	2	4	2	19
78	3	2	3	3	2	3	16
79	3	4	3	3	3	3	19
80	3	4	4	2	4	2	19

No	Orang/Karyawan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	3	3	3	3	4	19
2	2	3	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	3	3	4	3	4	20
6	3	3	3	3	3	3	18
7	3	3	3	3	3	2	17
8	3	3	3	3	3	3	18
9	2	2	2	2	2	2	12
10	1	1	1	1	1	1	6
11	2	2	3	4	2	3	16
12	3	3	4	4	3	3	20
13	3	4	4	3	4	3	21
14	3	4	4	3	3	3	20
15	3	4	4	4	3	3	21
16	4	3	4	4	3	3	21
17	3	3	3	3	2	2	16
18	3	3	3	3	3	3	18
19	4	4	3	3	3	2	19
20	3	3	3	3	2	2	16
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	3	3	3	3	3	3	18
24	3	3	3	3	3	3	18

25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	2	3	3	17
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	3	3	3	3	18
30	4	4	4	3	3	2	20
31	3	3	3	4	3	3	19
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	4	4	4	4	4	24
35	2	2	3	2	2	3	14
36	3	4	4	3	4	3	21
37	2	2	3	3	3	3	16
38	2	2	3	3	3	3	16
39	3	3	3	2	4	3	18
40	4	3	3	3	4	3	20
41	3	3	3	3	3	2	17
42	2	2	2	2	2	2	12
43	2	2	3	2	2	2	13
44	4	4	4	4	4	4	24
45	3	3	3	3	4	4	20
46	4	3	4	4	4	4	23
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	3	4	4	4	4	23
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	3	3	4	4	3	4	21
52	3	4	4	3	4	3	21
53	3	3	3	4	4	4	21
54	2	2	3	2	2	2	13
55	3	3	3	4	4	4	21
56	3	3	3	4	4	4	21
57	3	3	4	4	3	4	21
58	3	3	3	3	3	3	18
59	3	3	3	3	3	3	18
60	3	3	3	3	3	3	18
61	4	4	3	3	4	3	21
62	3	3	3	4	3	4	20
63	3	3	3	4	4	4	21
64	3	4	3	3	4	4	21
65	4	3	3	3	4	3	20
66	4	4	3	3	3	4	21
67	4	4	4	4	4	3	23
68	4	3	3	4	4	4	22
69	3	2	3	3	3	3	17



70	3	4	3	3	4	4	21
71	3	3	4	4	3	3	20
72	3	4	3	3	3	4	20
73	3	3	4	4	3	4	21
74	3	3	3	4	4	4	21
75	3	4	3	3	3	4	20
76	3	3	3	3	3	3	18
77	4	4	4	4	4	4	24
78	3	3	3	2	3	3	17
79	4	4	4	3	3	2	20
80	4	4	4	4	4	4	24

No	Proses						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	3	4	3	3	4	21
2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	3	4	3	3	3	19
6	3	2	3	2	3	3	16
7	3	3	3	3	3	4	19
8	3	2	3	3	3	3	17
9	3	3	3	3	2	2	16
10	1	1	1	1	1	1	6
11	3	4	3	2	4	3	19
12	3	3	3	3	2	3	17
13	3	3	3	3	3	3	18
14	4	4	4	3	4	4	23
15	3	3	3	3	3	4	19
16	2	2	2	1	2	2	11
17	3	3	3	3	3	4	19
18	4	4	2	2	2	3	17
19	3	3	3	3	3	3	17
20	3	2	3	3	3	3	17
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	3	3	3	3	4	4	20
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18
26	2	2	3	3	2	3	15
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	4	4	4	4	3	22

31	3	3	3	3	3	3	18
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	4	4	4	4	4	24
35	2	3	2	2	2	3	14
36	3	3	3	4	4	3	20
37	3	2	3	3	3	3	17
38	3	2	3	3	3	3	17
39	3	2	3	4	4	4	20
40	4	3	4	4	3	3	21
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	3	2	2	3	2	15
43	2	2	2	3	2	2	13
44	4	4	4	4	3	4	23
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	3	3	4	4	4	22
47	3	3	4	3	3	4	20
48	4	3	4	3	3	4	21
49	3	3	4	4	3	4	21
50	3	4	3	4	4	4	22
51	3	4	3	4	3	4	21
52	3	4	3	4	3	3	20
53	3	4	3	4	3	4	21
54	2	2	2	2	2	2	12
55	3	3	2	3	3	3	17
56	4	3	4	3	4	3	21
57	3	4	4	3	4	4	22
58	3	3	3	3	3	3	18
59	3	3	3	3	3	3	18
60	3	4	3	4	3	4	21
61	4	4	3	3	3	4	21
62	3	4	3	3	3	4	20
63	3	3	4	3	4	4	21
64	3	3	4	3	4	4	20
65	4	3	3	3	4	4	21
66	3	3	3	4	4	3	20
67	3	4	4	4	3	3	21
68	4	3	4	4	4	4	23
69	3	3	3	4	3	3	19
70	3	3	4	4	3	4	21
71	2	2	2	3	3	3	15
72	3	3	3	4	2	3	18
73	3	3	4	4	3	4	21
74	3	3	3	2	3	3	17

75	3	3	4	4	2	2	18
76	3	3	3	3	3	3	18
77	4	4	4	4	4	4	24
78	2	2	3	3	2	3	15
79	3	4	4	4	4	3	22
80	4	4	4	4	4	4	24

No	Bukti Fisik						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	3	4	2	4	3	19
2	3	3	3	3	2	3	17
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	3	4	23
5	3	3	3	2	2	3	16
6	3	3	3	2	2	3	16
7	3	2	3	3	2	3	16
8	3	2	3	2	3	3	16
9	3	3	3	2	3	2	16
10	1	1	1	1	1	1	6
11	4	4	4	3	3	3	21
12	3	3	4	2	2	2	16
13	4	4	4	4	4	4	24
14	3	4	4	3	3	3	20
15	3	3	3	3	4	3	19
16	2	2	3	1	2	2	12
17	3	2	4	3	3	3	18
18	3	2	3	2	2	3	15
19	3	1	4	3	2	2	15
20	3	3	3	3	3	1	16
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	4	3	4	2	3	2	18
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	2	3	2	2	15
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	3	3	3	3	18
30	4	3	4	4	3	3	21
31	3	4	3	2	3	3	18
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	4	3	4	4	4	23
35	2	2	2	2	2	2	12

36	4	3	4	3	4	3	21
37	3	3	3	3	3	2	17
38	3	3	3	3	3	2	17
39	3	4	3	4	2	4	20
40	4	4	4	4	4	4	24
41	3	3	3	3	2	3	17
42	2	3	2	2	2	2	13
43	2	3	2	2	2	2	13
44	3	3	4	3	3	3	19
45	4	4	4	3	3	4	22
46	3	3	4	4	4	3	21
47	3	4	3	3	4	3	20
48	3	3	4	3	3	3	19
49	3	3	4	3	3	4	20
50	3	3	4	3	3	3	19
51	3	2	4	3	2	2	16
52	3	3	3	4	3	4	20
53	3	3	3	4	4	3	20
54	3	3	2	3	2	2	15
55	3	3	3	2	2	2	15
56	3	3	3	2	3	3	17
57	3	3	3	3	3	2	17
58	3	3	2	3	3	3	17
59	3	3	3	3	3	3	18
60	3	3	4	2	2	3	17
61	3	3	4	3	3	3	19
62	3	3	4	3	3	3	19
63	3	3	4	3	3	3	19
64	3	4	4	3	3	3	20
65	3	3	4	3	3	3	19
66	3	4	4	3	3	2	19
67	4	3	3	3	3	3	19
68	4	3	4	4	4	4	23
69	3	2	3	3	3	2	16
70	3	3	4	4	3	3	20
71	3	3	3	4	3	3	19
72	3	2	3	3	3	3	17
73	3	4	3	4	3	4	21
74	4	4	4	3	3	3	21
75	3	3	3	2	3	3	17
76	3	3	3	3	3	3	18
77	4	4	4	4	3	4	23
78	3	3	2	3	2	2	15
79	4	3	4	4	3	3	21

80	4	4	4	4	3	4	23
----	---	---	---	---	---	---	----

No	Minat						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	2	3	3	4	3	18
2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	3	18
4	1	2	4	3	4	4	18
5	3	3	3	3	3	4	19
6	2	3	3	3	3	3	17
7	2	3	3	3	3	2	16
8	3	3	3	3	3	3	18
9	2	4	4	3	2	4	19
10	1	1	1	1	1	1	6
11	3	3	3	2	2	2	15
12	2	3	3	2	3	3	16
13	4	4	3	3	3	3	20
14	4	4	3	4	3	4	22
15	2	3	3	2	3	2	15
16	2	2	1	2	2	2	11
17	2	2	2	3	3	3	15
18	3	2	4	3	2	3	17
19	2	3	3	4	3	3	18
20	1	4	2	3	3	3	16
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	3	3	3	3	4	4	20
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	2	3	3	2	3	2	15
30	2	3	4	3	3	3	18
31	3	1	4	3	1	3	15
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	3	4	4	4	4	23
35	1	2	1	2	2	2	10
36	4	4	3	3	4	3	21
37	2	2	3	2	2	2	13
38	2	2	3	2	2	2	13
39	2	1	4	4	1	3	15
40	4	4	3	3	4	4	22

41	2	3	3	3	3	3	17
42	3	2	3	2	2	3	15
43	2	2	2	2	2	2	12
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	3	3	4	4	4	22
46	4	4	3	3	4	4	22
47	4	4	3	4	3	3	21
48	4	4	3	3	4	4	22
49	4	4	4	3	3	4	22
50	4	4	3	3	3	4	21
51	3	3	2	4	3	3	18
52	2	4	3	4	3	3	19
53	3	3	3	4	3	4	20
54	2	3	2	2	2	2	13
55	2	3	2	3	3	3	16
56	3	3	2	3	3	4	18
57	2	4	3	4	4	2	19
58	2	3	2	2	4	4	17
59	3	3	3	3	3	3	18
60	2	3	3	3	3	2	16
61	4	3	3	4	3	3	20
62	3	3	4	4	3	3	20
63	4	4	3	3	3	4	21
64	4	4	3	3	4	4	22
65	4	3	4	3	4	4	22
66	2	4	3	3	4	3	19
67	4	3	3	3	3	4	20
68	3	4	3	3	4	3	20
69	1	3	2	3	3	2	14
70	3	3	4	3	3	4	20
71	2	3	2	2	2	3	14
72	3	3	3	2	3	3	17
73	3	3	4	3	4	3	20
74	4	4	3	3	4	3	21
75	3	3	3	2	3	2	16
76	3	3	3	3	3	3	18
77	1	2	4	3	4	4	18
78	3	3	3	3	3	3	18
79	2	3	4	3	3	3	18
80	1	2	4	3	4	4	18

## Lampiran 5

### Hasil Olah Data SPSS Karakteristik Responden

#### A. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 tahun	45	56.3	56.3	56.3
	20-25 tahun	35	43.8	43.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

#### B. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	39	48.8	48.8	48.8
	Wanita	41	51.3	51.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

#### C. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

		Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp1.000.000	36	45.0	45.0	45.0
	Rp1.000.001 s.d Rp2.000.000	26	32.5	32.5	77.5
	Rp2.000.001 s.d Rp3.000.000	15	18.8	18.8	96.3
	> Rp3.000.001	3	3.8	3.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

#### D. Karakteristik Responden Berdasarkan

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA atau Sederajat	75	93.8	93.8	93.8
	Diploma	1	1.3	1.3	95.0
	Sarjana (S1)	4	5.0	5.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	



**Lampiran 6**

**Hasil Olah Data SPSS Jawaban Kuesioner Responden**

**1. Uji Validitas**

**a. Produk**

**Correlations**

		Produk1	Produk2	Produk3	Produk4	Produk5	Produk6	Total_Produk
Produk1	Pearson Correlation	1	.295**	.468**	.376**	.577**	.536**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.008	.000	.001	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Produk2	Pearson Correlation	.295**	1	.462**	.081	.332**	.099	.506**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.474	.003	.384	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Produk3	Pearson Correlation	.468**	.462**	1	.409**	.275*	.182	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.014	.105	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Produk4	Pearson Correlation	.376**	.081	.409**	1	.287**	.346**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.001	.474	.000		.010	.002	.000

	N	80	80	80	80	80	80	80
Produk5	Pearson Correlation	.577**	.332**	.275*	.287**	1	.646**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.014	.010		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Produk6	Pearson Correlation	.536**	.099	.182	.346**	.646**	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.384	.105	.002	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Total_Produk	Pearson Correlation	.810**	.506**	.662**	.629**	.765**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

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

## b. Promosi

Correlations

		Promosi1	Promosi2	Promosi3	Promosi4	Promosi5	Promosi6	Total_Promosi
Promosi1	Pearson Correlation	1	.530**	.502**	.379**	.431**	.320**	.698**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.004	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Promosi2	Pearson Correlation	.530**	1	.505**	.536**	.443**	.407**	.755**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Promosi3	Pearson Correlation	.502**	.505**	1	.615**	.427**	.337**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Promosi4	Pearson Correlation	.379**	.536**	.615**	1	.536**	.389**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Promosi5	Pearson Correlation	.431**	.443**	.427**	.536**	1	.704**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Promosi6	Pearson Correlation	.320**	.407**	.337**	.389**	.704**	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.002	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Total_Promosi	Pearson Correlation	.698**	.755**	.741**	.762**	.805**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

### c. Tempat

**Correlations**

		Tempat1	Tempat2	Tempat3	Tempat4	Tempat5	Tempat6	Total_Tempat
Tempat1	Pearson Correlation	1	.532**	.378**	.339**	.495**	.248*	.688**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.002	.000	.026	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Tempat2	Pearson Correlation	.532**	1	.343**	.318**	.253*	.179	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.004	.023	.112	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Tempat3	Pearson Correlation	.378**	.343**	1	.399**	.534**	.554**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Tempat4	Pearson Correlation	.339**	.318**	.399**	1	.683**	.562**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.002	.004	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Tempat5	Pearson Correlation	.495**	.253*	.534**	.683**	1	.623**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Tempat6	Pearson Correlation	.248*	.179	.554**	.562**	.623**	1	.732**
	Sig. (2-tailed)	.026	.112	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Total_Tempat	Pearson Correlation	.688**	.602**	.725**	.768**	.831**	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	80	80	80	80	80	80	80
---	----	----	----	----	----	----	----

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

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

#### d. Harga

		Correlations						
		Harga1	Harga2	Harga3	Harga4	Harga5	Harga6	Total_Harga
Harga1	Pearson Correlation	1	.557**	.535**	.553**	.429**	.469**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Harga2	Pearson Correlation	.557**	1	.494**	.352**	.559**	.270*	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.016	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Harga3	Pearson Correlation	.535**	.494**	1	.632**	.398**	.353**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Harga4	Pearson Correlation	.553**	.352**	.632**	1	.425**	.527**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Harga5	Pearson Correlation	.429**	.559**	.398**	.425**	1	.393**	.721**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Harga6	Pearson Correlation	.469**	.270*	.353**	.527**	.393**	1	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.016	.001	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Total_Harga	Pearson Correlation	.777**	.724**	.774**	.791**	.721**	.672**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

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

#### e. Orang

**Correlations**

		Kary1	Kary2	Kary3	Kary4	Kary5	Kary6	Total_Kary
Kary1	Pearson Correlation	1	.745**	.628**	.560**	.686**	.427**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Kary2	Pearson Correlation	.745**	1	.650**	.436**	.645**	.425**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80

Kary3	Pearson Correlation	.628**	.650**	1	.650**	.530**	.418**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Kary4	Pearson Correlation	.560**	.436**	.650**	1	.566**	.674**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Kary5	Pearson Correlation	.686**	.645**	.530**	.566**	1	.684**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Kary6	Pearson Correlation	.427**	.425**	.418**	.674**	.684**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Total_Kary	Pearson Correlation	.830**	.800**	.786**	.805**	.855**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

f. Proses

Correlations

		Proses1	Proses2	Proses3	Proses4	Proses5	Proses6	Total_Proses
Proses1	Pearson Correlation	1	.603**	.631**	.463**	.603**	.604**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Proses2	Pearson Correlation	.603**	1	.491**	.485**	.494**	.528**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Proses3	Pearson Correlation	.631**	.491**	1	.625**	.549**	.597**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Proses4	Pearson Correlation	.463**	.485**	.625**	1	.485**	.524**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Proses5	Pearson Correlation	.603**	.494**	.549**	.485**	1	.615**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Proses6	Pearson Correlation	.604**	.528**	.597**	.524**	.615**	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80



	Pearson Correlation	.811**	.759**	.818**	.762**	.789**	.814**	1
Total_Proses	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

### g. Bukti Fisik

		Correlations						
		BuktiFisik1	BuktiFisik2	BuktiFisik3	BuktiFisik4	BuktiFisik5	BuktiFisik6	Total_BuktiFisik
BuktiFisik1	Pearson Correlation	1	.545**	.616**	.590**	.541**	.567**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
BuktiFisik2	Pearson Correlation	.545**	1	.322**	.446**	.448**	.529**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
BuktiFisik3	Pearson Correlation	.616**	.322**	1	.372**	.448**	.434**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.001	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
BuktiFisik4	Pearson Correlation	.590**	.446**	.372**	1	.521**	.588**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000

	N	80	80	80	80	80	80	80
BuktiFisik5	Pearson Correlation	.541**	.448**	.448**	.521**	1	.489**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
BuktiFisik6	Pearson Correlation	.567**	.529**	.434**	.588**	.489**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Total_BuktiFisik	Pearson Correlation	.830**	.717**	.698**	.778**	.752**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

#### h. Minat

		Correlations						
		Minat1	Minat2	Minat3	Minat4	Minat5	Minat6	Total_Minat
Minat1	Pearson Correlation	1	.497**	.282*	.374**	.317**	.483**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.001	.004	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Minat2	Pearson Correlation	.497**	1	.099	.353**	.558**	.358**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000		.382	.001	.000	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80

Minat3	Pearson Correlation	.282*	.099	1	.432**	.272*	.459**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.011	.382		.000	.014	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Minat4	Pearson Correlation	.374**	.353**	.432**	1	.383**	.484**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Minat5	Pearson Correlation	.317**	.558**	.272*	.383**	1	.522**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.014	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Minat6	Pearson Correlation	.483**	.358**	.459**	.484**	.522**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Total_Minat	Pearson Correlation	.734**	.690**	.587**	.695**	.720**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

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

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.773	6

### b. Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	6

### c. Tempat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	6

### d. Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.819	6

### e. Orang

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.835	6

**f. Proses**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	6

**g. Bukti Fisik**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	6

**h. Minat**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	6

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.57824755
	Absolute	.073
Most Extreme Differences	Positive	.073
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.652
Asymp. Sig. (2-tailed)		.788

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**b. Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-1.552	1.413		-1.098	.276		
	Total_Produk	.477	.113	.426	4.225	.000	.351	2.848
	Total_Promosi	-.059	.121	-.061	-.490	.626	.229	4.375
	Total_Tempat	.155	.079	.148	1.961	.054	.624	1.603
	Total_Harga	-.043	.101	-.040	-.427	.671	.401	2.494
	Total_Kary	.062	.108	.062	.569	.571	.297	3.367
	Total_Proses	.318	.129	.317	2.461	.016	.216	4.636
	Total_BuktiFisik	.174	.117	.164	1.488	.141	.294	3.407

a. Dependent Variable: Total\_Minat

### c. Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.634	2.882		2.996	.004
Total_Produk	-.235	.230	-.189	-1.020	.311
Total_Promosi	-.074	.246	-.069	-.303	.763
Total_Tempat	-.056	.161	-.049	-.350	.727
Total_Harga	.113	.205	.095	.550	.584
Total_Kary	-.311	.220	-.284	-1.411	.162
Total_Proses	-.088	.263	-.079	-.334	.739
Total_BuktiFisik	.323	.238	.275	1.357	.179

a. Dependent Variable: RES2

### 4. Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.552	1.413		-1.098	.276
Total_Produk	.477	.113	.426	4.225	.000
Total_Promosi	-.059	.121	-.061	-.490	.626
Total_Tempat	.155	.079	.148	1.961	.054
Total_Harga	-.043	.101	-.040	-.427	.671
Total_Kary	.062	.108	.062	.569	.571
Total_Proses	.318	.129	.317	2.461	.016
Total_BuktiFisik	.174	.117	.164	1.488	.141

a. Dependent Variable: Total\_Minat



## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 <sup>a</sup>	.743	.718	1.65319

- a. Predictors: (Constant), Total\_BuktiFisik, Total\_Tempat, Total\_Harga, Total\_Kary, Total\_Produk, Total\_Promosi, Total\_Proses
- b. Dependent Variable: Total\_Minat

### b. Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	568.109	7	81.158	29.695	.000 <sup>b</sup>
	Residual	196.778	72	2.733		
	Total	764.888	79			

- a. Dependent Variable: Total\_Minat
- b. Predictors: (Constant), Total\_BuktiFisik, Total\_Tempat, Total\_Harga, Total\_Kary, Total\_Produk, Total\_Promosi, Total\_Proses

### c. Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.552	1.413		-1.098	.276
	Total_Produk	.477	.113	.426	4.225	.000
	Total_Promosi	-.059	.121	-.061	-.490	.626
	Total_Tempat	.155	.079	.148	1.961	.054
	Total_Harga	-.043	.101	-.040	-.427	.671

Total_Kary	.062	.108	.062	.569	.571
Total_Proses	.318	.129	.317	2.461	.016
Total_BuktiFis ik	.174	.117	.164	1.488	.141

a. Dependent Variable: Total\_Minat



## Lampiran 7

### Dokumentasi

Foto : Bersama Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma  
Yogyakarta



## Lampiran 8

### Curriculum Vitae

#### DAFTAR RIWAYAT HIDUP



#### A. Data Pribadi

Nama : Rizki Alfiandani  
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 23 September 1998  
Jenis Kelamin : Laki - Laki  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Tinggi/ Berat Badan : 173cm / 49 kg  
Alamat : Ds. Pantirejo, Rt.02 Rw.02,  
Kec. Gabus, Kab.Pati, Jawa Tengah  
Telepon : 085700061561  
E-mail : ralfiandani42@gmail.com

#### B. Latar Belakang Pendidikan

JENJANG	TAHUN	NAMA SEKOLAH
TK	2003-2004	TK Triaku Mentari
SD	2004-2010	SDN Plosomalang 02
SMP	2010-2013	MTs Abadiyah
SMA	2013-2016	MA Abadiyah
S1	2016- sekarang	S1 Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### C. Hobi

Travelling, Menyanyi, Menghibur, Memasak.