

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MASYARAKAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH  
DI KECAMATAN MEDAN SUNGGAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Sidang Meja Hijau Di Fakultas  
Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara

**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA MAHASISWA : HANNY NABILA**  
**NPM : 71180311015**  
**PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)**  
**PROGRAM STUDI : IESP**  
**KONSENTRASI : EKONOMI MONETER**



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**MEDAN**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**JUDUL : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT**  
**MASYARAKAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH DI KECAMATAN**  
**MEDAN SUNGGAL**

**DIAJUKAN OLEH :**

<b>NAMA</b>	<b>: HANNY NABILA</b>
<b>NPM</b>	<b>: 71180311015</b>
<b>PROGRAM PENDIDIKAN</b>	<b>: STRATA SATU (S1)</b>
<b>PROGRAM STUDI</b>	<b>: IESP</b>
<b>KONSENTRASI</b>	<b>: EKONOMI MONETER</b>

**DISETUJUI OLEH :**

**PEMBIMBING 1**

**PEMBIMBING II**

**(Dr. Sofyan, S.E., M.Si)**

**(Dr. Milla Naeruz, S.E., M.M)**

**KETUA PROGRAM STUDI :**

**(Zulkifli Siregar, S.E., M.Si)**

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

**2022**

## KATA PENGANTAR

### **Bismillahirrahmanirrahim**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahuwata'ala, yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini guna untuk memenuhi syarat mengikuti ujian Proposal Skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara dengan judul **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Di Kecamatan Medan Sunggal**. Shalawat beserta salam tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Selama proses pembuatan Skripsi ini penulis menyadari bahwa atas tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menghaturkan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Drs.H. Yanhar Jamaludin, MAP selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
2. Dr. Hj. Safrida, SE., M.Si selaku Dekan beserta Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, dan Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
3. Zulkfili Siregar, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Bapak M.Sahnan, S.E.,M.M selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera.
4. Dr. Sofyan, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
5. Dr. Milla Naeruz, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan banyak ilmu pengetahuan kepada penulis.

6. Orang tua saya yang sangat saya sayangi dan saya cintai yakni Ayahanda Agus Thamrin dan Ibunda Supriyanti yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, rasa cinta, perhatian, doa, dukungan dan kepada penulis sehingga penulis dapat membuat skripsi ini, dan hanya doa yang dapat saya panjatkan untuk kedua orang tua saya atas semua yang telah diberikan kepada saya.
7. Saudara kandung saya yang tersayang yakni Abang saya Ade Masdian dan Adik saya Sabrina yang telah memberikan saya banyak dukungan, dorongan dan motivasi untuk berjuang dan secepatnya menyelesaikan skripsi saya ini.
8. Dan kepada semua pihak yang turut membantu yang tidak bisa disebutkan secara satu persatu, semoga Allah Subhanahuwata'ala membalas kebaikan kalian semua aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik materi maupun cara penulisannya. Namun demikian, penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat selesai dengan baik dan oleh karenanya penulis dengan rendah hati dan dengan tangan terbuka menerima masukan, saran dan usul guna penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Oktober 2022

Penulis

Hanny Nabila

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Batasan Dan Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Bank Syariah .....	9
2.1.2 Minat.....	11
2.1.2.1 Pengertian Minat .....	11
2.1.2.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat .....	12
2.1.2.3 Cara Pembentukan Minat Nasabah.....	14
2.1.2.4 Indikator Minat .....	15
2.1.3 Pelayanan .....	16
2.1.3.1 Pengertian Pelayanan .....	16
2.1.3.2 Perspektif Pelayanan .....	17
2.1.3.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan .....	18

2.1.3.4 Indikator Pelayanan.....	22
2.1.4 Promosi .....	22
2.1.4.1 Pengertian Promosi .....	22
2.1.4.2 Tujuan Promosi .....	23
2.1.4.3 Bauran Promosi.....	24
2.1.4.4 Indikator Promosi.....	28
2.1.5 Lokasi.....	28
2.1.5.1 Pengertian Lokasi.....	28
2.1.5.2 Faktor Faktor yang Dipertimbangkan dalam Pemilihan Lokasi .....	30
2.1.5.3 Indikator Pemilihan Lokasi .....	31
2.2 Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Kerangka Konseptual .....	35
2.4 Hipotesis .....	36
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian .....	37
3.2 Populasi dan Sampel .....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	40
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB IV LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Medan Sunggal.....	48
4.2 Letak Geografis Kecamatan Medan Sunggal .....	49
4.3 Kondisi Ekonomi Masyarakat Medan Sunggal .....	49
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	51
5.2 Pembahasan.....	68

<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>72</b>
6.1 Kesimpulan .....	72
6.2 Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia (2017-2021) .....	1
Tabel I.2 Jumlah Penduduk, Pendapatan, dan Jumlah yang menabung di Kecamatan Medan Sunggal .....	2
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III.1 Rencana Penelitian.....	37
Tabel III.5 Definisi Operasional Variabel Bebas .....	42
Tabel IV.1 Perkembangan Bank Syariah Di Medan Sunggal(2018-2021)..	49
Tabel IV.2 Jumlah Penduduk, Pendapatan, dan Jumlah yang Menabung di Kecamatan Medan Sunggal (2018-2021) .....	50
Tabel V.1 Jenis Kelamin.....	51
Tabel V.2 Usia .....	51
Tabel V.3 Pendapatan .....	52
Tabel V.4 Penilaian Skala Likert .....	52
Tabel V.5 Persentase jawaban responden Pelayanan .....	53
Tabel V.6 Persentase jawaban responden Promosi.....	54
Tabel V.7 Persentase Jawaban Respoden Lokasi .....	55
Tabel V.8 Persentase Jawaban Responden Variabel Keputusan Nasabah ...	57
Tabel V.9 Uji Validitas Pelayanan.....	59
Tabel V.10 Uji Validitas Promosi.....	59
Tabel V.11 Uji Validitas Lokasi .....	59
Tabel V.12 Uji Validitas Keputusan Nasabah .....	60
Tabel V.13 Item-Total Statistics .....	61
Tabel V.14 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	62



Tabel V.15 Coefficients .....	63
Tabel V.16 Coefficients .....	65
Tabel V.17 ANOVA .....	66
Tabel V.18 Coefficients .....	66
Tabel V.19 Model Summary .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jumlah Bank Syariah Kecamatan Medan Sunggal .....	4
Gambar II.2 Kerangka Konseptual .....	36
Gambar IV.1 Jumlah Bank Syariah Kecamatan Medan Sunggal .....	49
Gambar V.1 P-plot normalitas .....	61
Gambar V.2 <i>Scatterplot</i> .....	64

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Promosi*. (alfabeta).
- Darmansyah. (2012). Pengaruh Total Quality Service terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah di Bengkulu. *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Pelayanan dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehari Calaca. *EMBA*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, K. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Manajemen Dan Bisnis*, 14(01)
- Jufrizen, J. (2016). Analisis Etika Kerja Berbasis Islam Pada Bank Syariah Di Kota Medan. *Membangun Ketahanan Ekonomi Nasional*.
- Kasmir. (2013). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kaunang, M., Sepang, J., & Rotinsulu, R. (2015). Analysis of Effect of Motivation , Perceptions , Quality of Service , and Promotion To the Purchase Decision of Honda Motorcycle in. *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05)
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.
- Marwanto, aris. (2015). *Marketing sukses*. Kobis.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Pembinaan Pengelolaan Manajemen Usaha dan E-Marketing Pengrajin Sepatu di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.T*. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v23i2.7028>

- Neneng Nurmalasari, & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Jurnal.Unigal.Ac.Id*.
- Nisa, F., Rozza, S., & Muchtar, A. M. (2020). Peran Public Relations, Kepercayaan, Dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). *Account*.  
<https://doi.org/10.32722/acc.v7i1.2839>
- Philip, K., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Philp, kotler. (2010). *Manajemen Pemasaran* (1 dan 2). Erlangga.
- Rahmayati, R. (2018). Strategi Perbankan Syariah Sebagai Solusi Pengembangan Halal Industry di Indonesia. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*.  
<https://doi.org/10.30821/ajei.v1i1.2746>
- Rialdy, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Jasa Angkutan Umum Trayek 120 Pada PT. Rahayu Medan Ceria Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*.
- Silvia, M. A. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar. *Skripsi*.
- Siregar, N., & Ovilyani, R. (2017). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Nasabah Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkom Cabang Iskandar Muda No. 35 Medan Baru). *Jurnal Manajemen Tools*, 7(1), 65–76.
- Sofyan Assauri. (2013). Manajemen Pemasaran. In *PT Raja Grafindo Persada*.
- Sopiah, S., & Sangadji, E. M. (2020). The Effect of Lecturer Commitment on Student Academic Achievement toward Student Satisfaction through Perceived Teaching Quality. *Jurnal Ilmu Pendidikan*.  
<https://doi.org/10.17977/um048v25i2p50-57>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.

- Tjiptono, Fandy, G. C. (2012). *Pemasaran Strategik* (Edisi dua). Andi.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In I.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*.  
<https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3596>
- Wibiadila, I. (2016). Pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. *Management Journal*.

**ANGKET PENELITIAN**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT**  
**MENABUNG PADA BANK SYARIAH DI KECAMATAN MEDAN**  
**SUNGGAL**



**Responden yang terhormat,**

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi angket ini, diharapkan dalam pengisiannya responden menjawab dengan leluasa, sesuai dengan persepsi anda, Bapak/Ibu/Sdra/Sdri diharapkan menjawab dengan jujur dan terbuka sebab tidak ada jawaban yang benar atau salah. Data dibutuhkan untuk keperluan studi/ilmiah, Sesuai dengan kode etik penelitian, penulis menjamin kerahasiaan semua data. Kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri mengisi angket ini adalah bantuan tak ternilai bagi penulis. Akhirnya, penulis sampaikan terima kasih atas kerjasamanya.

Peneliti

Hanny Nabila

## ANGKET (KUISIONER)

### A. Petunjuk Pengisian

1. Berikanlah tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang bapak/Ibu pilih sesuai dengan keadaan, pendapat, dan perasaan Bapak/Ibu, bukan berdasarkan pendapat umum atau pendapat orang lain.
2. Atas partisipasi Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih

### B. Identitas Responden

No. Responden (tidak perlu diisi) : .....

1. Usia :
2. Jenis kelamin : 1. Laki-Laki                      2. Perempuan
3. Pendapatan :

### C. Keterangan

- SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 KS : Kurang Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan Pelayanan	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Keandalan</b>						
1	Customer Service Bank Syariah memiliki kemampuan untuk menjelaskan produk perbankan mereka dengan baik					
2	Customer Service Bank Syariah bisa membedakan dengan jelas mana produk bank yang Riba dan mana yang tidak					
<b>Daya Tanggap</b>						
3	Customer Service Bank Syariah mampu menanggapi apa yang menjadi kebutuhan saya dengan cepat					
4	Bank Syariah mampu menyediakan produk produk perbankan yang sesuai dengan syariat Islam					
<b>Jaminan</b>						
5	Perbankan syariah bisa menjamin bahwa produk yang saya pilih bebas dari bunga riba					
6	Perbankan syariah memberikan jaminan bahwa pinjaman saya dijalankan dengan sistem syariah					

<b>Empati</b>					
7	Perbankan syariah lebih memikirkan keuangan nasabah dibandingkan perbankan swasta				
8	Perbankan syariah memberikan solusi untuk setiap permasalahan nasabahnya				
<b>Produk Fisik</b>					
9	Perbankan syariah memiliki bangunan yang mudah dilihat				
10	Jika saya membeli emas di Perbankan syariah maka saya akan mendapatkan langsung bukti fisik emas tersebut				

No	Pernyataan Promosi	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Pesan Promosi</b>						
1	Perbankan syariah mengiklankan produknya dengan jelas					
2	Produk produk Perbankan syariah menjelaskan dengan detail apa yang menjadi keuntungan produknya					
<b>Media Promoi</b>						
3	Perbankan syariah mengiklankan <i>Brand</i> mereka melalui media massa					
4	Saya sering melihat iklan Perbankan syariah di sosial media					
<b>Waktu Promosi</b>						
5	Perbankan syariah mengiklankan produk mereka pada saat jam tayang utama					
6	Pada media sosial saya sering melihat produk iklan Perbankan syariah pada jam jam tertentu					

No	Pernyataan Tentang Lokasi	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Lokasi mudah dijangkau</b>						
1	Saya memilih menggunakan Perbankan syariah karena Lokasi mereka mudah dijangkau					
2	Saya menggunakan Perbankan syariah karena Lokasi mereka Jarak nya tidak jauh dari lokasi saya					
<b>Lokasi dapat terlihat ditepi jalan</b>						
3	Lokasi Perbankan syariah dapat dengan Mudah terlihat ditepi jalan					



4	Lokasi Perbankan syariah dapat dengan Mudah terlihat dari kejauhan					
Lokasi strategis dekat dengan keramaian dan pertokoan						
5	Perbankan syariah memiliki lokasi strategis yang dekat dengan keramaian dan pertokoan					
6	Perbankan syariah dekat lokasi strategis yang dekat dengan keramaian dan pertokoan yang mudah dijangkau					
<b>Kemudahan Akses</b>						
7	Banyak Kendaraan umum yang melewati Perbankan syariah di daerah medan tunggal					
8	Perbankan syariah memiliki lokasi yang gampang di akses dari lokasi manapun					
Memiliki tempat parkir yang aman dan luas						
9	Perbankan syariah memiliki lokasi yang parkir yang aman					
10	Perbankan syariah memiliki lokasi yang parkir yang luas					

No	Pernyataan Tentang Minat	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Minat Transaksional</b>						
1	Saya memilih menggunakan Perbankan syariah karena sering bertransaksi menggunakan bank syariah					
2	Saya menggunakan Perbankan syariah karena menginginkan transaksi bebas riba					
<b>Minat Referensial</b>						
3	Saya menggunakan Perbankan syariah karena direkomendasikan oleh keluarga saya					
4	Saya menggunakan Perbankan syariah karena banyak rekan saya yang menggunakan bank syariah dibandingkan bank konvensional					
<b>Minat prefensial</b>						
5	Saya lebih memilih menggunakan Perbankan syariah karena saya menghindari uang yang haram masuk ke harta saya					

6	Saya lebih memilih menggunakan Perbankan syariah karena saya menyukai sistem bagi hasil					
<b>Minat eksploratif</b>						
7	Saya tertarik menggunakan bank syariah dikarenakan sistem keuangan ini sedang banyak dibicarakan orang orang					
8	Saya mencoba menggunakan bank syariah karena sudah mulai bosan dengan sistem bunga bank konvensional					

**DATA PENELITIAN VARIABEL PELAYANAN (X1)**

<b>No</b>	<b>Pelayanan</b>										<b>Total</b>
1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
8	4	3	3	4	4	3	4	4	3	5	37
9	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
10	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47
11	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	45
12	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	44
13	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	47
14	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
15	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	46
16	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
17	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
18	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	45
19	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	43
20	5	5	5	5	5	5	4	3	5	2	44
21	5	5	5	5	5	5	3	4	5	2	44
22	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	46
23	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	45
24	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	46
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
26	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	44
27	4	5	4	5	4	5	5	5	4	2	43
28	3	4	4	4	4	4	3	5	4	5	40
29	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	45
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44
33	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
34	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	45
35	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	45

36	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
37	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	39
38	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
39	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
42	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
43	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	44
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
48	4	3	3	4	4	3	4	4	3	5	37
49	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
50	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47

#### DATA PENELITIAN VARIABEL PROMOSI (X2)

No	Promosi						Total
1	4	4	4	4	5	5	26
2	5	4	4	4	5	5	27
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	3	4	23
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	5	4	5	4	4	26
7	4	4	4	4	4	4	24
8	3	5	5	5	3	3	24
9	5	4	4	4	5	5	27
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	4	4	5	25
12	4	4	4	4	5	5	26
13	5	5	5	5	4	5	29
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	5	4	4	4	4	25
16	5	4	4	4	5	4	26
17	5	4	4	4	5	5	27
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	4	4	4	4	4	25
20	5	5	4	5	5	5	29
21	5	4	4	4	4	5	26



8	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	32
9	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	39
10	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41
11	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	43
12	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	39
13	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	42
14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
15	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	43
16	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
18	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	40
19	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	39
20	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	43
21	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
22	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
23	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	39
24	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	43
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
26	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	43
27	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	42
28	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	35
29	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	39
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
32	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	39
33	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	39
34	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
35	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	40
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
37	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
38	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
39	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
42	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
43	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	40
44	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
45	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
48	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	32

49	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	39
50	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41

**DATA PENELITIAN VARIABEL MINAT (Y)**

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





## OUTPUT OLAH DATA SPSS

### UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x11	30.4400	6.864	.805	.716
x12	30.4800	6.377	.902	.688
x13	30.5000	6.827	.759	.718
x14	30.4200	6.779	.822	.704
x15	30.4000	7.102	.776	.725
x16	30.4800	6.377	.885	.688
x17	30.5800	7.228	.883	.811
x18	30.7200	8.042	.841	.805

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x21	30.4400	6.864	.714	.716
x22	30.4800	6.377	.816	.688
x23	30.5000	6.827	.811	.718
x24	30.4200	6.779	.432	.704
x25	30.4000	7.102	.811	.725
x26	30.4800	6.377	.833	.688
x27	30.5800	7.228	.784	.811
x28	30.7200	8.042	.793	.805

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x31	30.4400	6.864	.759	.716
x32	30.4800	6.377	.697	.688
x33	30.5000	6.827	.688	.718
x34	30.4200	6.779	.611	.704
x35	30.4000	7.102	.726	.725
x36	30.4800	6.377	.710	.688

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	30.4400	6.864	.692	.716
Y2	30.4800	6.377	.682	.688
Y3	30.5000	6.827	.694	.718
Y4	30.4200	6.779	.722	.704
Y5	30.4000	7.102	.734	.725
Y6	30.4800	6.377	.773	.688
Y7	30.5800	7.228	.545	.811
Y8	30.7200	8.042	.568	.805

<b>Item-Total Statistics</b>					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pelayanan	99.0200	42.469	.756	.841	.783
promosi	116.9000	67.235	.595	.840	.857
lokasi	103.2000	38.612	.837	.827	.742
minat	108.5600	59.558	.721	.844	.809

### ASUMSI KLASIK

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x11	30.4400	6.864	.805	.716
x12	30.4800	6.377	.902	.688
x13	30.5000	6.827	.759	.718
x14	30.4200	6.779	.822	.704
x15	30.4000	7.102	.776	.725
x16	30.4800	6.377	.885	.688
x17	30.5800	7.228	.883	.811
x18	30.7200	8.042	.841	.805

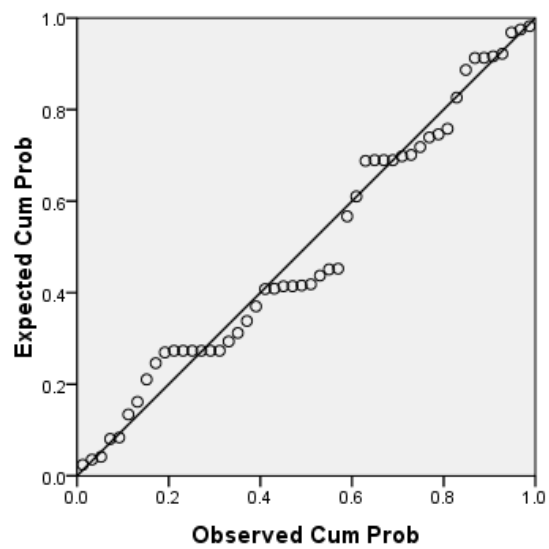
<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x21	30.4400	6.864	.714	.716
x22	30.4800	6.377	.816	.688
x23	30.5000	6.827	.811	.718
x24	30.4200	6.779	.432	.704
x25	30.4000	7.102	.811	.725
x26	30.4800	6.377	.833	.688
x27	30.5800	7.228	.784	.811
x28	30.7200	8.042	.793	.805

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x31	30.4400	6.864	.759	.716
x32	30.4800	6.377	.697	.688
x33	30.5000	6.827	.688	.718
x34	30.4200	6.779	.611	.704
x35	30.4000	7.102	.726	.725
x36	30.4800	6.377	.710	.688

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	30.4400	6.864	.692	.716
Y2	30.4800	6.377	.682	.688
Y3	30.5000	6.827	.694	.718
Y4	30.4200	6.779	.722	.704
Y5	30.4000	7.102	.734	.725
Y6	30.4800	6.377	.773	.688
Y7	30.5800	7.228	.545	.811
Y8	30.7200	8.042	.568	.805

<b>Item-Total Statistics</b>					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pelayanan	99.0200	42.469	.756	.841	.783
promosi	116.9000	67.235	.595	.840	.857
lokasi	103.2000	38.612	.837	.827	.742
minat	108.5600	59.558	.721	.844	.809

Dependent Variable: prilaku konsumen

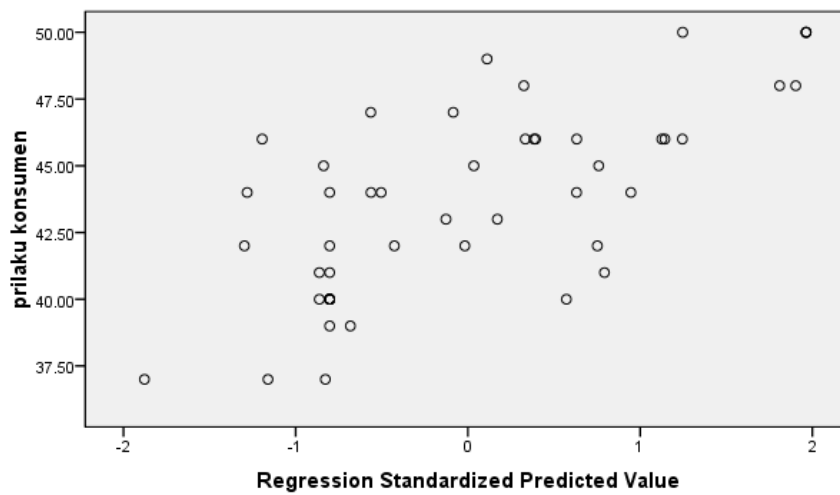


One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.51420984
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.129
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		.913
Asymp. Sig. (2-tailed)		.375
a. Test distribution is Normal.		

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.972	3.759			
	Pelayanan	.274	.109	.094	.421	2.374
	Promosi	.471	.119	.081	.433	2.308
	Lokasi	.613	.106	.679	.582	1.719

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

**Dependent Variable: prilaku konsumen****REGRESI****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.972	3.759		2.387	.021
	Pelayanan	.274	.109	.294	3.678	.003
	Promosi	.471	.119	.381	4.596	.000
	Lokasi	.613	.106	.679	5.776	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	324.752	3	108.251	26.144	.000 <sup>a</sup>
	Residual	190.468	46	4.141		
	Total	515.220	49			
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Pelayanan						
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah						

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 <sup>a</sup>	.630	.606	2.03485
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Pelayanan				