

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, PENGETAHUAN  
DAN PERILAKU TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK  
SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**MIYAH FADILAH**

**NIM. 4219059**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2023**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, PENGETAHUAN  
DAN PERILAKU TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK  
SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**MIYAH FADILAH**

**NIM. 4219059**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miyah Fadilah

NIM : 4219059

Judul Skripsi : **Pengaruh Strategi Pemasaran, Pengetahuan dan Perilaku Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Mahasiswa Pekalongan)**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 24 September 2023

Yang menyatakan



**Miyah Fadilah**  
**NIM. 4219059**

## NOTA PEMBIMBING

**Syamsuddin, M.Si.**

Ds. Bandung RT 02 RW 04, Kec Pecalungan, Kab Batang

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Miyah Fadilah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara :

Nama : MIYAH FADILAH

NIM : 4219059

Judul Skripsi : **PENGARUH STRATEGI PEMASARAN,  
PENGETAHUAN DAN PERILAKU TERHADAP  
KEPUTUSAN MEMILIH BANK SYARIAH (STUDI  
KASUS MAHASISWA PEKALONGAN)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pecalungan, 11 Oktober 2023  
Pembimbing,



**Syamsuddin, M.Si.**  
**NIP. 199002022019031011**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, [febi.uingsdur@iac.id](mailto:febi.uingsdur@iac.id)

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : **Miyah Fadilah**  
NIM : **4219059**  
Judul : **Pengaruh Strategi Pemasaran, Pengetahuan dan Perilaku Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pekalongan)**  
Dosen Pembimbing : **Syamsuddin, M.Si**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 26 Oktober 2023 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Aenurofik M.A.

NIP. 19820120 201101 1 001

Penguji II

Versiandika Yudha Pratama M.M.

NIP. 19940116 201903 1 006

Pekalongan, 1 November 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001

## PERSEMBAHAN

Puji syukur atas segala nikmat yang telah Allah SWT berikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segenap cinta dan terima kasih saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya Ibunda Daonah dan Ayahanda Subali yang telah berjasa dalam hidup saya, yang sangat saya sayangi. Terimakasih atas segala pengorbanan, cinta, do'a, semangat, nasihat, motivasi dan kasih sayang tulus kepada penulis.
2. Kakak-kakak ku tersayang Mas Koidin Prasetyo, Mba Tri Utami, Mba Nourmalita dan Mas Feri Kristiyono yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk memenuhi segala harapan dan cita-cita penulis.
3. Keponakan-keponakan ku tersayang Nadira Maulida, Adnan Mauza, Arka Alfarizi, Almaira Nadifa, Avicenna Zafras dan Arga Aqsbian yang selalu menghibur dengan segala tingkah lucunya.
4. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Terimakasih atas fasilitas yang selama ini diberikan selama saya perkuliahan.
5. Dosen Pembimbing Skripsi saya Bapak Syamsuddin, M.Si yang selalu memberi motivasi dan mengarahkan penulis ketika penulis mengalami kesulitan.
6. Dosen Wali saya Bapak Muhammad Aris Safi'I, M.E.I yang telah memberikan motivasi, saran, serta ilmunya selama masa perkuliahan.
7. Sahabat seperjuangan saya Risma Oktaviani, Fina Nurul Izah, Dinna Azka Lutfiah, Irziyana Zulfatus Shiyamah, Khairunnisa' Azmi Inayati, Riri Pujaningrum, Putri Utami yang selalu menemani dan memberikan motivasi kepada penulis serta memberikan bantuan ketika penulis mengalami kesulitan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat saya Olivia Dwi Rahmawati dan Nur Khasanah yang memberikan semangat.

9. Teman-teman Perbankan Syariah kelas B yang sudah berjuang bersama sejak awal perkuliahan.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan.
12. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri Miyah Fadilah yang sudah berjuang dan bertahan hingga saat ini sehingga dapat menyelesaikan tanggung jawab perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.



## MOTTO

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”**

**(Q.S. Al-Baqarah: 286)**

**Jika hati senantiasa baik, Allah akan mempertemukan dengan hal baik,  
orang-orang baik dan kesempatan berbuat baik.**





## ABSTRAK

**MIYAH FADILAH. Pengaruh Strategi Pemasaran, Pengetahuan dan Perilaku Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pekalongan).**

Pengambilan keputusan adalah proses yang dilakukan konsumen dengan benar-benar membeli suatu produk. Pengambilan keputusan menjadi hal yang penting untuk sebuah perusahaan agar perusahaan tersebut berjalan dengan lancar. Jika perusahaan tersebut sedikit atau banyaknya bergantung pada suatu keputusan saat ini. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran, pengetahuan dan perilaku terhadap keputusan (studi kasus Mahasiswa Pekalongan).

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pekalongan. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 114 responden dengan rumus maximum likelihood estimation (MLE). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi Pemasaran berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan memilih bank syariah pada Mahasiswa Pekalongan. (2) Pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan memilih bank syariah pada Mahasiswa Pekalongan. (3) Perilaku berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan memilih bank syariah pada Mahasiswa Pekalongan. (4) strategi pemasaran, pengetahuan dan perilaku berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih bank syariah pada Mahasiswa Pekalongan.

**Kata kunci : Strategi Pemasaran, pengetahuan, Perilaku dan Keputusan**

## ABSTRACT

### **MIYAH FADILAH. The Influence of Marketing Strategy, Knowledge and Behavior on the Decision to Choose a Sharia Bank (Case Study of Pekalongan Students).**

Decision making is the process that consumers carry out by actually purchasing a product. Decision making is important for a company so that the company runs smoothly. If the company is more or less dependent on a decision at this time. Several factors influence decisions, namely problem recognition, information search, alternative evaluation, purchasing decisions and post-purchase behavior. This research aims to determine the influence of marketing strategy, knowledge and behavior on decisions (case study of Pekalongan Students).

This research is field research with a quantitative approach. The population in this study were Pekalongan students. The number of samples taken was 114 respondents using the maximum likelihood estimation (MLE) formula. The sampling technique uses purposive sampling. The data collection method uses a questionnaire. This research uses a multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS version 26.0.

The results of this research show that (1) Marketing Strategy has a significant and positive influence on the decision to choose a sharia bank for Pekalongan Students. (2) Knowledge does not have a significant and positive effect on the decision to choose a sharia bank for Pekalongan students. (3) Behavior has a significant and positive influence on the decision to choose a sharia bank for Pekalongan students. (4) marketing strategy, knowledge and behavior simultaneously influence the decision to choose a sharia bank among Pekalongan students.

**Keywords : Marketing Strategy, knowledge, Behavior and Decisions**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Lembaga, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus Anggota KSPPS SM NU Pekalongan Cabang Bojong)”. Skripsi ini disusun serta diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, serta dorongan baik moril maupun materiil. Atas bantuan maupun bimbingan yang telah diberikan kepada penulis, maka dengan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus dan mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. H. Tamamudin S.E., M.M selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak H. Muhammad Shulthoni, LC., M.A., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Syamsuddin, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.

7. Bapak Muhammad Aris Safi'I, M.E.I selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh dosen Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu serta bimbingan kepada penulis.
9. Seluruh staff dan karyawan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan atas pelayanannya.
10. Seluruh responden dalam penelitian saya yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Pekalongan, 24 September 2023



**Miyah Fadilah**  
**NIM. 4219059**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>PEDOMAN TRANSALITERASI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xxiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xxv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Batasan Penelitian .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	11
F. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	14
A. Landasan Teori .....	14
B. Telaah Pustaka .....	27
C. Kerangka Berpikir .....	34
D. Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	39
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	39
B. Setting Penelitian .....	39
C. Variabel Penelitian .....	39
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	41
E. Sumber Data .....	43
F. Teknik Pengumpulan Data .....	44
G. Metode Analisis Data .....	45
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	51
A. Deskripsi Data .....	51
B. Analisis Data .....	56
C. Pembahasan .....	65

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	73
A. Kesimpulan .....	73
B. Keterbatasan Penelitian .....	73
C. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75



## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
س	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



## 2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُ = ū

## 3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأة جميلة      ditulis      *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة      ditulis      *fātimah*

## 4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddad tersebut. Contoh:

ربنا      ditulis      *rabbānā*

البر      ditulis      *al-birr*

## 5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh:

الشمس      ditulis      *asy-syamsu*

الرجل      ditulis      *ar-rajulu*

السيدة      ditulis      *as-sayyidah*

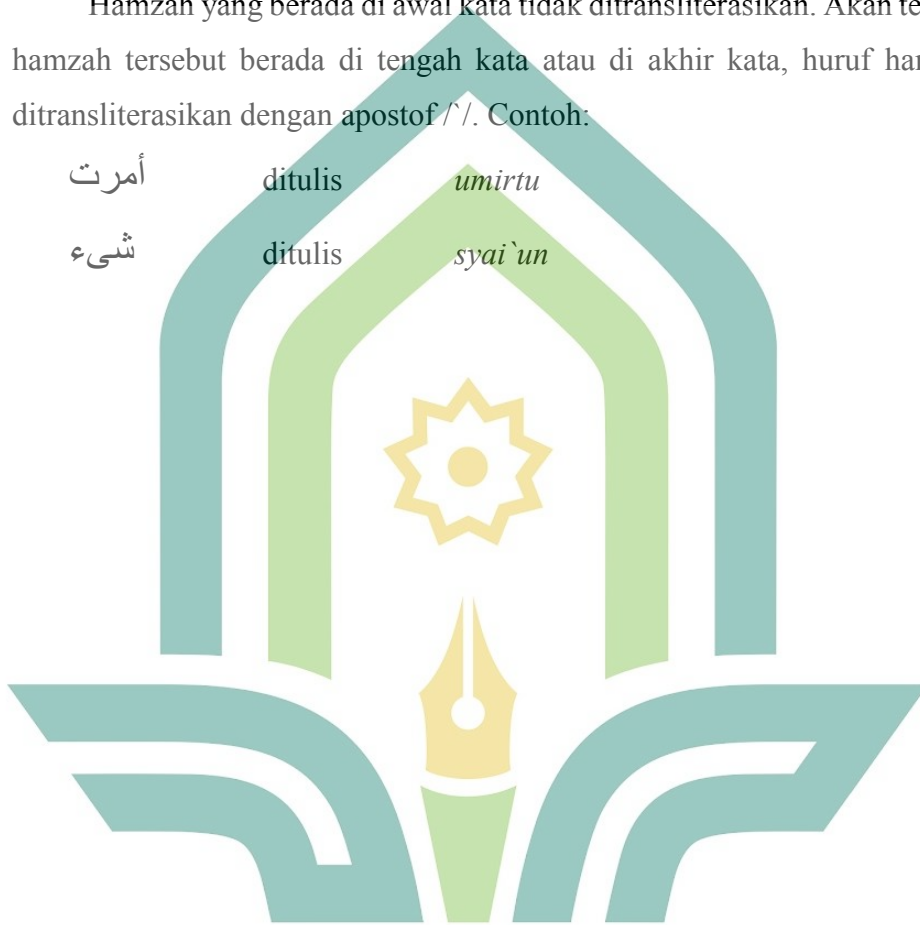
Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

## 6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostof (/'). Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan perkembangan bank syariah tahun 2021.....	2
Tabel 1.2	indikator umum perbankan syariah tahun 2021 .....	3
Tabel 2.1	Telaah Pustaka .....	28
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Asal Universitas .....	53
Tabel 4.4	Karakteristik Berdasarkan Nasabah Bank Syariah .....	53
Tabel 4.5	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas .....	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas .....	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas .....	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.12	Hasil Uji T (Parsial) .....	62
Tabel 4.13	hasil Pengujian Hipotesis.....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji F (Simultan).....	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	65

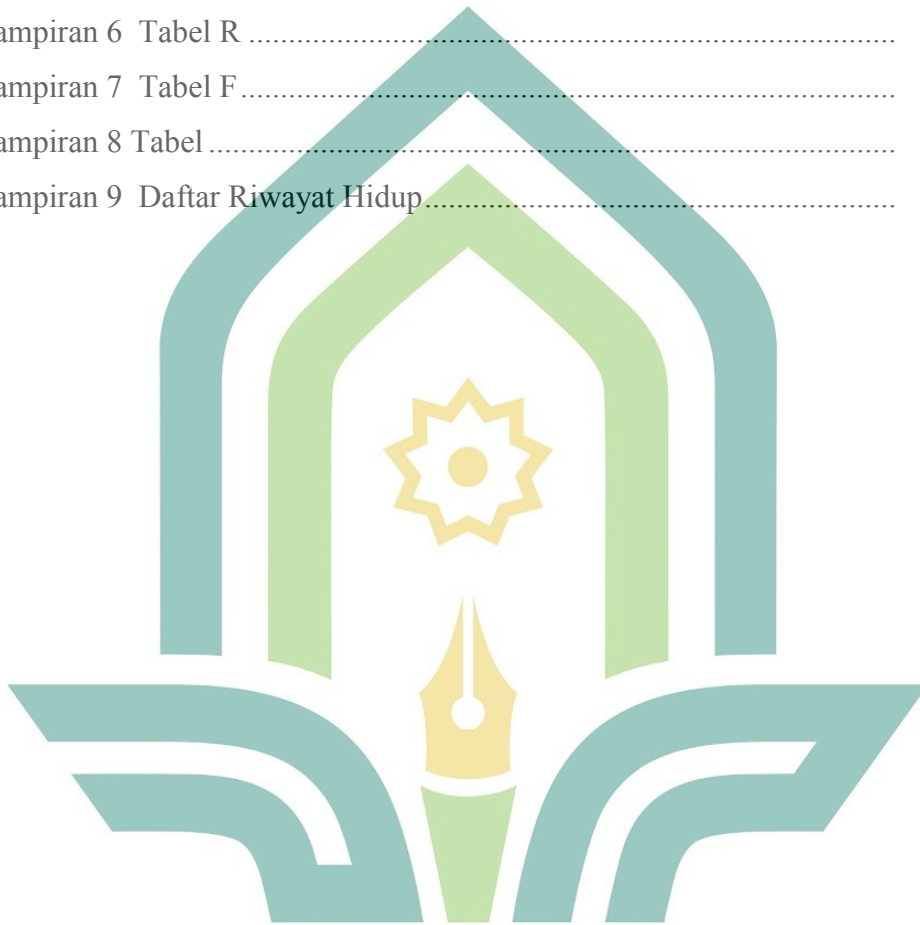
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir .....	35
Gambar 4.1	Gambar Scatterplot Uji Heterokedastisitas .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	I
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	III
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden.....	VII
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner.....	XI
Lampiran 5 Hasil Perhitungan SPSS.....	XXIV
Lampiran 6 Tabel R.....	XXXIII
Lampiran 7 Tabel F.....	XXXIV
Lampiran 8 Tabel.....	XXXV
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXVI



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perekonomian di Indonesia mendapatkan pengaruh dari kemajuan ekonomi dunia, baik dalam sektor jasa, industri maupun perbankan. Sehingga masyarakat didorong untuk menggunakan perbankan pada proses transaksi keuangannya, baik secara pribadi ataupun sebagai kelompok organisasi masyarakat (Iqbal et al., 2019). Bank termasuk ke dalam lembaga keuangan yang ikut serta dalam upaya meningkatkan taraf ekonomi negara. Dimana bank memiliki tugas sebagai lembaga keuangan yang menghimpun serta menyalurkan dana kepada masyarakat secara luas. Di Indonesia terdapat dua jenis bank yang meliputi bank konvensional dan bank syariah, yang tentunya dalam sistem operasionalnya memiliki sistem yang berbeda. Bank syariah di Indonesia sama halnya dengan lembaga keuangan lainnya yang mempunyai fungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana atau pun jasa dengan sistem pelaksanaannya berdasar pada prinsip syariah sesuai dengan pedoman agama Islam.

Pertumbuhan dan perkembangan bank syariah di Indonesia cukup signifikan, terlihat dari semakin luasnya bank syariah yang tersebar di Indonesia saat ini. Hal tersebut sejalan dengan tingkat kepercayaan yang dianut oleh warga Negara Indonesia yang lebih banyak oleh warga beragama Islam. Dengan hadirnya bank syariah memiliki potensi dalam meningkatkan pasar yang perkembangannya terus berjalan (Nurngaeni, 2018). Berikut data mengenai

penjelasan perkembangan kelembagaan perbankan syariah di Indonesia pada bulan April 2021

**Table 1.1 Pertumbuhan Perbankan Syariah Tahun 2021**

	2017	2018	2019	2020	2021
Asset, %	18,97%	12,57%	9,93%	13,11%	13,94%
PYD, %	15,27%	12,17%	11,01%	8,08%	6,90%
DPK, %	19,89%	11,14%	11,82%	11,98%	15,30%

Sumber: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Pada tahun 2021, keadaan fleksibilitas perbankan syariah semakin kuat. Tampak terlihat dari peningkatan rasio CAR Bank Umum Syariah (BUS) senilai 25,71%. Sedangkan pada fungsi intermediasi perbankan syariah bergerak secara baik. Pembiayaan yang diberikan (PYD) dan Dana Pihak Ketiga (DPK) berkembang secara baik dengan nilai 6,90% (yoy) dan 15,30% (yoy), dengan perkembangan aset perbankan syariah sepanjang kurun waktu tersebut adalah 13,94% (yoy). Jumlah Assets, PYD, dan DPK perbankan syariah menggapai Rp693,80 triliun, Rp421,86 triliun, dan Rp548,58 triliun pada akhir tahun 2021. Likuiditas perbankan syariah juga terlihat baik, yang terlihat oleh Financing to Deposit Ratio (FDR) yang terpelihara pada prosentase 80- 90%. Proporsi rata-rata harian AL/NCD dari hari ke hari umumnya melebihi batas setengah, yaitu 149,28%. Proporsi AL/DPK dari hari ke hari juga di atas batas 10%, yaitu 30,57%. Pada resiko kredit perbankan syariah terlihat penurunan Non Performing Financing (NPF) sebesar 51 bps (yoy) menjadi 2,57% ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)).

**Tabel 1.2 Indikator Utama Perbankan Syariah Tahun 2021**

Industri Perbankan	Jumlah Industri	Jumlah Kantor	Asset (Triliun Rp)	PYD (Triliun Rp)	DPK (Triliun Rp)
Bank Usaha Syariah (BUS)	12	2.035	441,79	256,22	365,42
Unit Usaha Syariah (UUS)	21	444	234,95	153,66	171,57
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	164	649	17,06	11,98	11,59
<b>Total</b>	<b>197</b>	<b>3.128</b>	<b>693,80</b>	<b>421,86</b>	<b>548,58</b>

Sumber: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Perkembangan bank syariah tersebut terbukti dari banyaknya jumlah kantor bank syariah yang tersebar di seluruh Indonesia mulai dari Sabang hingga Merauke. Bahkan kantor cabang bank syariah sudah sangat luas dan pesat perkembangannya dengan melihat saat ini pada setiap kecamatan pasti terdapat kantor cabang bank syariah. Bank syariah sebagai lembaga keuangan syariah menjadi suatu fasilitas yang hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam kegiatan keuangannya. Data yang didapatkan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa terdapat peningkatan setiap tahunnya untuk kantor lembaga keuangan yang dalam operasional usahanya berprinsip syariah. Perbankan syariah di Indonesia disebut sebagai lembaga keuangan yang terbaru dan sangat besar. Dimana hal tersebut menjadikan daya tarik tersendiri bagi perbankan syariah yang ada di Indonesia. Hal tersebut terbukti dengan semakin banyaknya anggota baru yang semakin meningkat, tidak hanya sebagai anggota Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah melainkan juga Unit Usaha Syariah (UUS) (Kuswandarini, 2021). Berikut data mengenai



penjelasan perkembangan kelembagaan perbankan syariah di Indonesia pada bulan April 2021.

Ditengah perkembangan yang dialami oleh bank syariah nyatanya hal ini masih belum dapat disandingkan dengan perkembangan bank konvensional. Hal ini dapat dilihat melalui jumlah nasabah yang dimiliki bank syariah dan bank konvensional yang perbandingannya cukup signifikan, dimana nasabah bank syariah sekitar 15 jiwa sedangkan nasabah bank konvensional sekitar 80 juta jiwa. Sehingga ketika nasabah bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional total nasabah bank syariah masih lebih kecil. Selain itu berdasarkan pada jumlah marketshare yang dimiliki oleh bank syariah sebesar 5,95% yang masih sangat kecil apabila dibandingkan dengan marketshare yang dimiliki oleh bank konvensional sebesar 94,05% (Priyanto, 2021). Dengan dengan hal tersebut menjadikan suatu hal yang menarik untuk dilakukan penelitian dikarena dengan jumlah warna Negara Indonesia yang mayoritas beragama islam akan tetapi persentase masyarakat lebih tinggi untuk memilih bank konvensional. Dan fenomena tersebut banyak terjadi di wilayah Indonesia, seperti di Pekalongan, sehingga objek mahasiswa Pekalongan ditentukan sebagai objek penelentian karena fenomena yang peneliti temui.

Perbankan syariah sebagai lembaga keuangan memiliki daya tarik yang dapat dibbilang cukup tinggi dalam menarik nasabah, dimana bank syariah menghadapi tantangan pada sektor persaingan dengan bank konvensional yang telah dulu hadir di Indonesia. Persaingan tersebut menuntut bank syariah untuk dapat mencukupi kebutuhan dan keinginan nasabah melalui strategi yang efektif

serta efisien dalam menyediakan pelayanan yang maksimal sehingga kepuasan dari pelanggan dapat tercapai. Keputusan nasabah ialah suatu proses berpikir dengan tujuan mencari solusi dalam suatu masalah guna memperoleh hasil yang nantinya dapat digunakan. Dimana proses pengambilan keputusan ini diyakini dapat menjadi sebuah solusi dalam suatu masalah yang terjadi (Yuliani, 2021). Dengan demikian dapat mendorong keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah atau bank konvensional sesuai dengan pilihan yang diambil oleh nasabah itu sendiri.

Pada proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam pilihan menggunakan suatu barang atau jasa, sering terjadi permasalahan yang muncul dari faktor yang relatif kompleks. Dengan pertimbangan tersebut pihak manajemen bank harus mampu mengerti serta memahami berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk atau jasa pada bank syariah, dengan memperhatikan hal tersebut maka pihak pemasaran pada bank syariah dapat lebih mengetahui dan paham kebutuhan yang diperlukan oleh nasabah. Beberapa faktor yang mempengaruhi berupa strategi pemasaran, pengetahuan, dan perilaku nasabah yang dapat menjadi pendorong nasabah dalam mengambil keputusan untuk memilih bank syariah (Riza et al., 2021).

Di Indonesia perkembangan bank syariah tidak lepas dari keputusan yang diambil oleh nasabah dalam memilih bank syariah sebagai lembaga keuangan untuk bank simpanan yang salah satunya dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang dimiliki oleh bank syariah itu sendiri. Tingkat persaingan yang ketat pada

dunia perbankan dalam tujuan menarik minat nasabah harus menggunakan bermacam strategi pemasaran. Berbagai strategi pemasaran tersebut dapat berupa variasi produk, undian hadiah, pembukaan kantor cabang dan promosi di media masa (Aliyah, 2019). Salah satu keunggulan yang ada pada bank syariah yaitu dalam transaksinya menggunakan sistem bagi hasil, sehingga bagi hasil tersebut dapat menjadi faktor pendorong bagi nasabah dalam keputusan memilih bank syariah. Dengan demikian pihak bank harus mempersiapkan suatu rancangan strategi pemasaran yang tepat supaya produk-produk dari bank syariah dapat tepat sasaran ke pasar yang dituju.

Bank harus terus menjalankan kegiatan pemasaran karena kegiatan pemasaran tersebut merupakan kebutuhan serta keinginan nasabah yang harus dicapai. Sehingga semua kegiatan yang telah dijalankan guna mencapai tujuan perusahaan dengan perencanaan yang matang serta terpusat pada bidang pemasaran adalah pondasi dari suatu strategi pemasaran (Desviana, 2020). Strategi pemasaran yakni suatu rancangan yang dibuat secara terinci guna mencapai tujuan serta keberhasilan perusahaan. Dengan strategi pemasaran yang baik maka akan memudahkan suatu perusahaan dalam memenangkan persaingan pasar (Nurtiana, 2022). Langkah selanjutnya mengenai strategi pemasaran yang telah dibuat harus dikontrol serta lebih dikembangkan sesuai dengan perkembangan lingkungan dan perkembangan pasar tersebut (Saputra, 2020).

Terdapat faktor yang paling dasar dalam upaya mengenalkan serta mengembangkan produk-produk bank syariah pada masyarakat yaitu dengan pengetahuan mengenai bank syariah (Mujaddid, 2019). Pengetahuan merupakan

suatu informasi yang sudah diproses dan dipahami guna mendapatkan suatu pemahaman, manfaat serta pengalaman secara menyeluruh sehingga dapat diterapkan ke dalam masalah atau proses bisnis tertentu (Zuriatul, 2019). Dimana pengetahuan merupakan suatu informasi yang dapat dijangkau melalui media berupa, iklan, internet, televisi, koran, majalah serta juga dapat diperoleh melalui pengalaman seseorang. Dengan pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat mengenai bank syariah maka dapat menjadi pelengkap dalam pengambilan keputusan oleh nasabah (Riza et al., 2021). Dengan demikian pengetahuan konsumen dapat memberikan dampak dalam proses pengambilan keputusan dalam menentukan jasa atau produk tertentu guna upaya memenuhi kebutuhan serta keperluan. Pada setiap individu yang tergabung dalam satu organisasi tentunya memiliki pengetahuan yang berbeda dalam memahami setiap jasa ataupun produk dan mengenai perusahaan itu sendiri. Dimana sebagian individu memiliki pengetahuan yang baik mengenai kekurangan serta kelebihan mengenai suatu perusahaan. Begitupun sebaliknya masih terdapat beberapa individu yang belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai model jasa yang dijalankan oleh perusahaan tersebut (Anggita, 2015).

Dalam proses pengambilan keputusan perilaku konsumen menjadi salah satu faktor yang berpengaruh bagi nasabah dalam menentukan, memilih dan menggunakan jasa perbankan syariah. Dimana perilaku konsumen tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, serta faktor psikologis (Sakti, 2020). Hal tersebut sesuai dengan definisi dari perilaku konsumen, perilaku konsumen adalah ilmu tentang unit pembelian

atau buying unit serta suatu proses pertukaran yang di dalamnya terdapat manfaat, konsumsi bermacam produk, jasa, pengalaman dan gagasan. Perilaku konsumen merupakan suatu tindakan secara nyata guna memperoleh, memakai, mengkonsumsi, menghabiskan produk atau jasa yang termasuk dalam proses keputusan yang ikut serta dalam tindakan tersebut (Simamora, 2000).

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki dkk mengenai strategi pemasaran terhadap keputusan memilih bank syariah diperoleh hasil bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah (Saputra et al., 2021). Sedangkan pada penelitian Agustin mendapatkan hasil bahwa strategi pemasaran berpengaruh secara positif terhadap keputusan memilih bank syariah (Agustiyan, 2020). Kemudian Akmal dkk melakukan penelitian terkait pengetahuan terhadap keputusan memilih bank syariah dan diperoleh hasil pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah (Zein, 2018). Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Fajar dan Pandu mendapatkan hasil bahwa pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah (Mujaddid, 2019). Muhammad Iqbal dkk meneliti bahwa perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah (Iqbal et al., 2019). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizalun terkait variabel pribadi, budaya, sosial, pribadi dan psikologis mendapatkan hasil bahwa faktor pribadi tidak berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah memilih bank (Nashoha, 2019).

Berdasarkan pemaparan diatas dan terdapat tidak konsisteny hasil penelitian terdahulu, peneliti memiliki katertarikan untuk dapat melaksanakan penelitian pada mahasiswa yang ada di Pekalongan. Mengingat mahasiswa di Wilayah Pekalongan merupakan generasi milenial yang lebih mudah dalam mendapatkan pengaruh dari stratregi pemasaran yang ditemui di media yang lebih canggih dan mudah untuk diakses. Serta merupakan generasi berpendidikan yang tentunya lebih mudah dalam mengetahui mengenai pengetahuan bank syariah. Dengan hal tersebut perilaku dalam melakukan proses keputusan memilih bank syariah dapat dilakukan dengan pertimbangan tersebut (Thusi, 2020). Dengan demikian dilakukan penelitian terkait **“Pengaruh Strategi Pemasaran, Pengetahuan dan Perilaku Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pekalongan)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, sehingga mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah pada mahasiswa Pekalongan?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah pada mahasiswa Pekalongan?
3. Apakah perilaku berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah pada mahasiswa Pekalongan?
4. Apakah strategi pemasaran, pengetahuan, dan perilaku berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih bank syariah pada mahasiswa



Pekalongan?

### **C. Batasan Penelitian**

Batasan pada penelitian ini dilakukan supaya pembahasan lebih fokus dan tidak terlalu luas. Berikut hal dalam batasan penelitian:

1. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Pekalongan yang mengampu pendidikan di universitas di Pekalongan yang meliputi Universitas K.H. Abdurrahman Wahid, Universitas Pekajangan Pekalongan, dan Universitas Pekalongan.
2. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran, pengetahuan, perilaku, serta keputusan memilih bank syariah.
3. Peneliti memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner yang di isi oleh Mahasiswa Pekalongan yang meliputi Mahasiswa Universitas Abdurrahman Wahid Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan, Universitas Pekalongan.

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan memilih bank syariah pada mahasiswa Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keputusan memilih bank syariah pada mahasiswa Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh perilaku terhadap keputusan memilih bank syariah pada mahasiswa Pekalongan.

4. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran, pengetahuan, dan perilaku secara simultan terhadap keputusan memilih bank syariah pada mahasiswa Pekalongan.

### **E. Manfaat Penelitian**

Pada penelitian mengenai pengaruh strategi pemasaran, pengetahuan dan perilaku terhadap keputusan memilih bank syariah (studi kasus mahasiswa Pekalongan) diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat dipergunakan oleh pembaca, penulis serta pihak lainnya yang bersangkutan, terutama yang terkait dengan keputusan dalam memilih bank syariah sebagai informasi tambahan terkait pengaruh strategi pemasaran, pengetahuan dan perilaku terhadap keputusan memilih bank syariah.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian yang sudah dibuat ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk informasi selanjutnya pada saat melakukan penelitian, baik untuk penelitian yang akan datang maupun berkelanjutan. Dan guna menambah informasi serta pengetahuan agar dapat memahami perbankan syariah dalam keputusan memilih bank syariah.

### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pada penelitian ini disusun sesuai dengan metodologi penelitian yang bertujuan mempermudah pembahasan dan pemahaman dalam penyusunannya, maka sistematika penulisan sebagai berikut:



## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini memaparkan mengenai latar belakang yang dijadikan sebagai identifikasi masalah dan perumusan masalah atas pengaruh strategi pemasaran, pengetahuan dan perilaku rumusan masalah yang diangkat, tujuan dilakukan penelitian ini, manfaat dari penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Merupakan bab yang di dalamnya mencakup kumpulan teori yang dijadikan sebagai alat guna yang melandasi penelitian dan kajian penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini yang telah dilangsungkan peneliti sebelumnya dan nantinya akan dijadikan sebagai rujukan dalam menganalisis permasalahan yang akan dibahas serta kerangka penelitian dan hipotesis pada penelitian ini. Teori yang digunakan mencakup teori tentang strategi pemasaran, pengetahuan, perilaku dan keputusan.

## **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Bab ini menerangkan terkait ruang lingkup dan metodologi penelitian yang ada, berupa sumber data, variabel penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, validitas data, serta teknik analisis data.

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Merupakan bab yang membahas uraian dari penelitian yang lebih mendetail yang mencakup deskripsi penelitian, hasil pengujian data dan pembahasan hasil interpretasi hasil dari penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Di dalam bab ini, penulis akan mengemukakan kesimpulan berdasarkan dari data yang telah diperoleh dan dari simpulan tersebut, sehingga penulis mencoba menyampaikan saran yang nantinya dapat bermanfaat bagi pembaca.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari data yang didapat dan telah melalui proses pengolahan data, analisis data serta pembahasan pengaruh strategi pemasaran, pengetahuan dan perilaku terhadap keputusan memilih bank syariah pada Mahasiswa Pekalongan, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih bank syariah.
2. Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih bank syariah.
3. Perilaku berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih bank syariah.
4. Strategi pemasaran, pengetahuan, dan perilaku berdasarkan uji F berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.

#### B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan tersebut diantaranya:

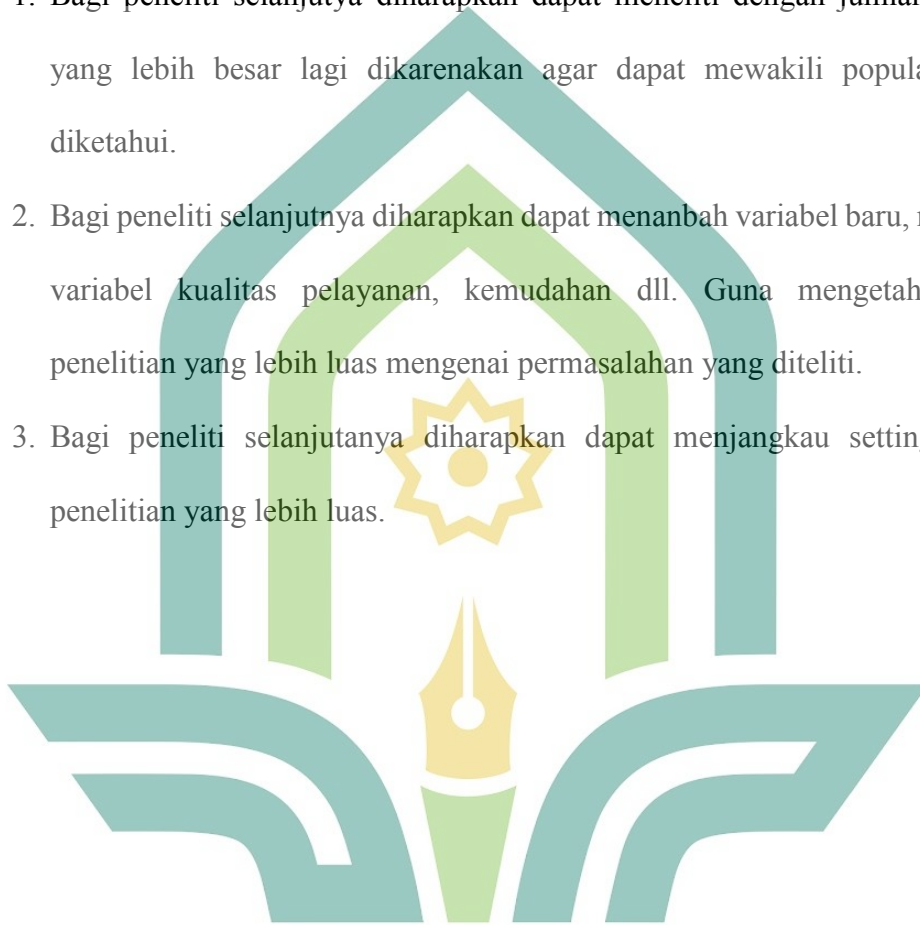
1. Responden penelitian hanya berjumlah 114 dan peneliti membutuhkan waktu berminggu-minggu untuk mendapatkan sebanyak 114 responden.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup tiga variabel, diantaranya variabel strategi pemasaran, pengetahuan, dan perilaku.

3. Penelitian hanya dilakukan di Wilayah Pekalongan.

### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka terdapat saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan jumlah sampel yang lebih besar lagi dikarenakan agar dapat mewakili populasi yang diketahui.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel baru, misalnya variabel kualitas pelayanan, kemudahan dll. Guna mengetahui hasil penelitian yang lebih luas mengenai permasalahan yang diteliti.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjangkau setting dalam penelitian yang lebih luas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV Pustaka Setia.
- Agustiyan, Y. T. K. (2020). Pengaruh Prinsip Syariah dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank syariah Mandiri di Samarinda. *Borneo Student Research*, 2.
- Aliyah, L. (2019). *Pengaruh Faktor Pibadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah di Kecamatan Ngaliyan*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Anggita Novita Gampu, Lotje Kawer, Y. U. (2015). Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1330–1340.
- Ardhanari, M. (2008). Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference Dan Repurchase Intention Private Brand. *Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand .... (Margaretha Ardhani) Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 588(2), 58–69.
- Assuari, S. (2014). *MANAJEMEN PEMASARAN*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Bakhtiar, A. (2013). *Filsafat Umum*. PT Raja Grafindo Persada.
- Blackwell, Miniard, dan P. M. (2001). *onsumer Behavior*.
- Caroline, C. C. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam. *Keunis*, 9(2), 160. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2819>
- Desviana, B. E., & Kusumawati, Y. T. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri Di Samarinda. *Borneo Student Research (BSR ...)*, 2(1), 645–652. <https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/download/1810/728>
- Erma Yuliani, theresia Pradian, A. R. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemeditasi Minat dan Kesadaran (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang kuta Bali). *JUBIS*, 2.
- Fadhillah, N. (2018). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang*. Universitas Islam Negeri “SMH” Banten.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. PENERBIT DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. BPFE Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, S. W., Daud, A., Khair Afif, Y., Febryola, S. N., & Subhan, S. (2019). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Stabat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 225–233. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.549>
- Hermawati, N. (2019). *Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah Mandiri Tahun 2015-2017 (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Pandeglang)*. UIN SMH BANTEN.
- Iqbal, Am., Hamid, A., & Mastura. (2019). *Bank Syariah Di Aceh Tamiang. Vol. IV*, 153–165.
- Kothler, P. dan G. A. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran I*. Prenhalindo.
- Kuswandarini, K. I., & Annisa, A. A. (2021). Analisis pengaruh kualitas layanan, corporate image, dan customer relationship management terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(1), 37–51. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i1.46>
- Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior. *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasa/article/view/17>
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Nashoha, M. R. (2019). Pengaruh Faktor Kebudayaan , Sosial , Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta ( Studi pada Masyarakat Non Muslim Kota Yogyakarta ). *Jurnal Studi Ekonomi*, X, 186.
- Nazir, M. (2009). *Metode peneltiane* (R. Sikumbang (ed.)). Ghalia Indonesia.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. prenadaMedia.



- Nurngaeni. (2018). Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto). *Skripsi*.
- Nurtiana. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Kpr Di Masa Pandemi Covid-19 ( Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kcp Bondowoso a Yani )*. 19.
- Oktaviani, E. (2018). *Analisis Persepsi, Pengetahuan dan Sikap Nasabah Terhadap Keberadaan Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kabupaten Pringsewu, Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 113–122. <https://doi.org/10.30596/al-sharf.v>
- Putra, Z. A., & Safitri, R. (2021). the Relationship Between Knowledge, Brand Image and Customer Behavior of Customers Decision in Choosing Savings Products. *El Dinar*, 9(2), 142–151. <https://doi.org/10.18860/ed.v9i2.10151>
- Prijanto Budi. (2021). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota Depok Menggunakan Carter Model. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking And Finance*, 4(1), 178-194.
- Riza, A., Hakim, L., & Eliana, E. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal EMT KITA*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.324>
- Sakti, R. A. (2020). Pengaruh Perilaku, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan iB Amanah di Bank NTB Syariah. *JURNAL SCHEMATA Pascasarjana UIN Mataram*, 9(1), 87–102. <https://doi.org/10.20414/schemata.v9i1.1930>
- Saputra, R. (2020). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Institut Agama Islam Negeri Padangidimpuan.
- Saputra, R., Siregar, B. G., & Hardana, A. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS)*, 2(4), 252–264.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media Gruooup.

- Setiawan, A., Endang, Sulistya, R., Isfenti, S., & Muhamad, Toyib, D. (2019). Analysis of Murabahah Financing Marketing Strategy at PT BPRS Amanah Insan Cita, Medan, North Sumatra, Indonesia. *International Journal of Science and Business*, 3(2), 64–73. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2567414>
- Simamora, B. (2000). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka utama.
- Siregar, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Kencana Prenada Media Group.
- Soekidjo, N. dan. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Renika Cipta.
- Sopiah, S. dan S. dan. (2013). Perilaku Kosumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan. *Jurnal Penelitian*.
- Sugiyono. (2014). *Metodelogi Penelitian*. Alfabeta CV.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi statistik dengan SPSS 16.0*. PT. Prestasi Pustaka Karya Jakarta.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Prenadamedia Group.
- Syahputro, B. A., & Satiani, W. (2019). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Keagamaan Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Universitas MH Thamrin Kampus AKA Belum Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jraa*, 55–73.
- Thusi, P.; Maduku, D. K. (2020). *South African millennials' acceptance and use of retail mobile banking apps: An integrated perspective*. *Comput. Hum.*
- Tirta, D. I., Latief, R., & Tato, S. (2022). Hubungan Peran Serta Masyarakat Dalam Pengelolaan Limbah Domestik IPAL Losari Kecamatan Ujung Pandang Kota Makassar. *Urban and Regional Studies Journal*, 5(1), 4–7. <https://doi.org/10.35965/ursj.v5i1.1960>
- Yogyianto. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Jogyakarta. BPF.
- Zein, A. S. (2018). Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kabupaten Mandailing Natal. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(2), 222. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i2.1100>
- Zuriatul Casvi, F. (2019). Pengaruh pengetahuan, lingkungan sosial, dan lokasi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah. *Skripsi*, 29–30.



Lampiran 1. Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pahlawan KM. 9 Plosojati, Kajen Kab. Pekalongan, Kode Pos 51161  
 www.uisu.pjkn.ac.id | telp: 043610001-101

Nomor : B-1555/Un.27/J.IV.2/PP.01.1/09/2023 19 September 2023  
 Sifat : Biasa  
 Lampiran : -  
 Hal : Surat Izin Penelitian

Yth. Kepada Mahasiswa Pekalongan

Assalamu'alaikum Wv. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Miyah Fadiah  
 NIM : 4219053  
 Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pinoh guna menyusun skripsi/tesis dengan judul  
**"Pengaruh Strategi Pemasaran, Pengetahuan dan Perilaku Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pekalongan)"**

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wv. Wb.



Badan Sertifikasi Elektronik



Dibandatangani Secara Elektronik Oleh:

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Riamawati, S.H., M.H.  
 NIP. 197502201990032001

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dokumen ini dibandatangani secara elektronik menggunakan  
 Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi  
 Elektronik (BSE/EL) Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)  
 sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.



*Lampiran 2. Kuesioner Penelitian*

## **KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/I Nasabah Bank Syariah

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, sehubungan dengan penyelesaian tugas skripsi sebagai mahasiswi Strata satu (S1) Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, saya sebagai peneliti:

Nama : Miyah Fadilah  
NIM : 4219059  
Jurusan : Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran, Pengetahuan dan Perilaku Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pekalongan)”. Untuk itu peneliti sangat berharap kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjadi responden dengan mengisi lembar kuesioner ini dengan lengkap. Seluruh informasi yang diberikan sangatlah berarti dalam penyelesaian penelitian ini, identitas Bapak/Ibu/Sdr/i saya jamin kerahasiaanya dan hanya untuk kepentingan ilmiah saja. Atas bantuan dan kerjasama yang baik peneliti mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Peneliti

(Miyah Fadilah)



5. Sebagai nasabah bank syariah

Iya

Tidak

6. Pendapatan per bulan :

< Rp. 1.000.000

Rp. 1.000.000 – Rp.5.000.000

Rp. > Rp.5.000.000

### DAFTAR PERNYATAAN RESPONDEN

#### Strategi Pemasaran (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Apakah produk tabungan yang dimiliki bank syariah beraneka ragam, menarik dan sesuai kebutuhan.					
2	Biaya awal pembukaan rekening lebih terjangkau dari lembaga lainnya dan keuntungan bagi hasil yang diberikan bank syariah sesuai harapan.					
3	Lokasi kantor bank syariah strategis dan dekat dengan fasilitas umum					
4	Apakah pihak bank syariah memberikan promosi yang menarik bagi anda.					
5	Pegawai bank syariah memberikan pelayanan yang baik sehingga anggota merasa terbantu dengan pelayanan yang dibeikan pegawai.					

6	Fasilitas pada bank syariah lengkap seperti tempat parkir, ac, ruang tunggu, dll.					
7	Proses pelayanan terhadap nasabah yang dilakukan oleh pegawai bank syariah secara <b>tidak</b> memuaskan.					

### Pengetahuan (X2)

NO	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya mengetahui dan paham tentang bank syariah.					
2	Fasilitas yang terdapat pada bank syariah tidak membantu nasabah dalam proses transaksi.					
3	Saya menyakini bahwa terdapat badan pengawas yang mengawasi kegiatan bank syariah agar nasabah merasa aman saat bertransaksi.					

### Perilaku (X3)

NO	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Anda percaya bahwa produk yang dihasilkan oleh bank syariah sesuai dengan kondisi budaya anda saat ini sehingga berpengaruh terhadap keputusan anda untuk memilih					

	bank syariah.					
2	Saya memutuskan untuk memilih bank syariah karena adanya pengaruh atau dorongan dari kerabat atau keluarga.					
3	Pendapatan atau budget tidak mempengaruhi saya dalam memilih bank syariah.					
4	Saya termotivasi untuk memilih bank syariah sebagai jasa lembaga keuangan yang tepat.					

### Keputusan (Y)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya menggunakan bank syariah untuk memenuhi kebutuhan saya.					
2	Saya memilih bank syariah karena nasabah yang loyal dan terpercaya.					
3	Menurut saya bank syariah tidak sesuai dengan prinsip syariah.					
4	Saya memilih bank syariah karena memiliki citra lembaga yang baik.					
5	Saya akan loyal dan tetap menabung di bank syariah.					

Lampiran 3. Tabulasi Data Responden

IDENTITAS RESPONDEN					
No	Jenis Kelamin	Usia	Asal Universitas	Nasabah Bank syariah	Pendapatan
1	2	3	1	1	2
2	2	1	2	1	3
3	2	3	2	1	1
4	2	3	3	1	3
5	2	2	1	1	3
6	2	2	2	1	1
7	2	2	2	1	1
8	1	3	3	1	2
9	2	2	2	1	2
10	2	2	3	1	2
11	2	2	2	1	1
12	2	2	1	1	1
13	2	2	1	1	1
14	2	2	3	1	2
15	2	2	1	1	3
16	2	3	1	1	2
17	2	3	3	1	1
18	2	3	2	1	2
19	1	3	3	1	2
20	2	2	2	1	1
21	2	2	3	1	1
22	2	2	2	1	1
23	1	3	3	1	3
24	2	2	2	1	2
25	1	2	1	1	1
26	2	3	1	1	2
27	2	2	2	1	2
28	2	2	2	1	3
29	2	1	3	1	1
30	2	2	1	1	2
31	2	3	1	1	2
32	2	2	2	1	1
33	1	2	2	1	3
34	1	2	1	1	1



35	2	2	1	1	2
36	2	1	3	1	2
37	2	1	3	1	1
38	2	1	2	1	1
39	2	2	1	1	1
40	1	2	2	1	1
41	2	2	2	1	2
42	2	2	1	1	1
43	2	2	3	1	1
44	1	2	1	1	3
45	2	2	2	1	2
46	2	2	2	1	1
47	2	2	2	1	2
48	2	2	3	1	2
49	2	2	3	1	2
50	2	2	3	1	2
51	2	2	2	1	3
52	2	2	2	1	2
53	2	2	2	1	1
54	2	2	2	1	1
55	2	1	2	1	1
56	2	2	1	1	1
57	2	2	2	1	2
58	2	2	2	1	1
59	2	2	2	1	1
60	2	2	2	1	2
61	2	2	1	1	1
62	1	2	2	1	1
63	2	2	1	1	1
64	2	2	2	1	2
65	2	2	2	1	2
66	1	2	3	1	2
67	2	2	3	1	2
68	2	2	1	1	1
69	2	2	1	1	1
70	2	2	1	1	1
71	2	2	1	1	2
72	2	2	1	1	2
73	2	2	3	1	2

74	1	2	1	1	1
75	2	2	1	1	1
76	2	2	1	1	1
77	2	2	3	1	3
78	2	2	1	1	1
79	2	2	1	1	1
80	2	2	1	1	1
81	2	2	1	1	2
82	2	2	1	1	2
83	2	2	1	1	3
84	2	2	1	1	2
85	2	2	1	1	1
86	2	2	3	1	2
87	2	2	2	1	2
88	2	2	1	1	2
89	2	2	1	1	1
90	2	2	1	1	1
91	2	2	1	1	1
92	2	2	1	1	2
93	2	2	1	1	2
94	1	2	3	1	2
95	2	2	1	1	2
96	2	2	2	1	1
97	2	2	1	1	3
98	1	2	2	1	3
99	1	2	2	1	2
100	2	2	2	1	2
101	2	2	2	1	2
102	1	2	2	1	2
103	1	2	3	1	2
104	2	2	2	1	2
105	2	2	2	1	1
106	2	2	2	1	1
107	2	2	2	1	1
108	2	2	1	1	1
109	2	2	1	1	2
110	2	2	1	1	2
111	2	2	1	1	1
112	2	1	1	1	2

113	2	2	1	1	2
114	2	2	1	1	1



Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner

Strategi Pemasaran (X1)

<i>Strategi Pemasaran</i>							<b>TOTAL</b>
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	<b>X1</b>
4	4	3	3	3	4	4	<b>25</b>
4	3	3	4	3	5	4	<b>26</b>
4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
3	4	3	4	4	4	3	<b>25</b>
4	4	4	4	5	2	5	<b>28</b>
4	3	3	3	3	4	4	<b>24</b>
5	4	5	4	4	5	5	<b>32</b>
3	4	5	4	4	4	4	<b>28</b>
5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
5	4	5	4	5	5	4	<b>32</b>
3	5	4	3	4	5	4	<b>28</b>
3	4	4	4	3	5	5	<b>28</b>
4	4	4	4	4	3	3	<b>26</b>
3	4	4	4	5	4	4	<b>28</b>
3	3	4	3	4	4	3	<b>24</b>
4	4	5	4	3	4	4	<b>28</b>
5	5	4	4	5	4	3	<b>30</b>
5	4	5	5	5	5	5	<b>34</b>
5	5	5	5	3	5	4	<b>32</b>
4	4	5	5	4	5	4	<b>31</b>
3	4	4	3	4	4	3	<b>25</b>
4	3	4	2	4	5	5	<b>27</b>
5	5	3	5	5	5	5	<b>33</b>
4	3	4	3	4	5	5	<b>28</b>
4	3	3	4	4	5	4	<b>27</b>
5	3	2	4	5	4	3	<b>26</b>
3	3	4	4	5	5	4	<b>28</b>
5	5	4	4	5	4	4	<b>31</b>
4	4	3	3	3	3	3	<b>23</b>
4	3	4	3	4	5	4	<b>27</b>
5	5	4	4	5	3	3	<b>29</b>

4	3	5	4	4	5	4	<b>29</b>
4	4	4	3	3	4	5	<b>27</b>
5	5	5	5	4	5	5	<b>34</b>
4	4	4	4	4	3	3	<b>26</b>
4	4	4	3	4	4	4	<b>27</b>
5	4	4	4	4	5	3	<b>29</b>
3	3	4	4	3	3	4	<b>24</b>
4	4	1	2	2	4	5	<b>22</b>
5	4	3	4	4	4	4	<b>28</b>
4	4	4	5	5	5	5	<b>32</b>
5	5	5	2	5	5	5	<b>32</b>
3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
4	4	4	4	4	4	3	<b>27</b>
3	3	4	3	4	4	2	<b>23</b>
5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
4	4	4	3	5	5	4	<b>29</b>
4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
5	4	4	4	4	5	5	<b>31</b>
3	3	3	3	4	4	3	<b>23</b>
4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
5	5	4	5	5	5	5	<b>34</b>
4	5	4	4	5	5	3	<b>30</b>
4	5	4	3	5	5	5	<b>31</b>
3	3	4	3	4	4	3	<b>24</b>
5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
3	4	4	3	5	5	5	<b>29</b>
3	4	4	4	4	2	5	<b>26</b>
4	5	4	5	4	5	4	<b>31</b>
4	4	4	3	3	4	3	<b>25</b>
4	5	4	5	5	5	5	<b>33</b>
4	4	5	5	4	5	5	<b>32</b>
4	4	5	5	5	4	5	<b>32</b>
4	4	4	4	4	5	5	<b>30</b>
3	3	4	3	3	4	4	<b>24</b>
5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
4	4	4	3	4	4	4	<b>27</b>
4	4	4	3	4	4	4	<b>27</b>



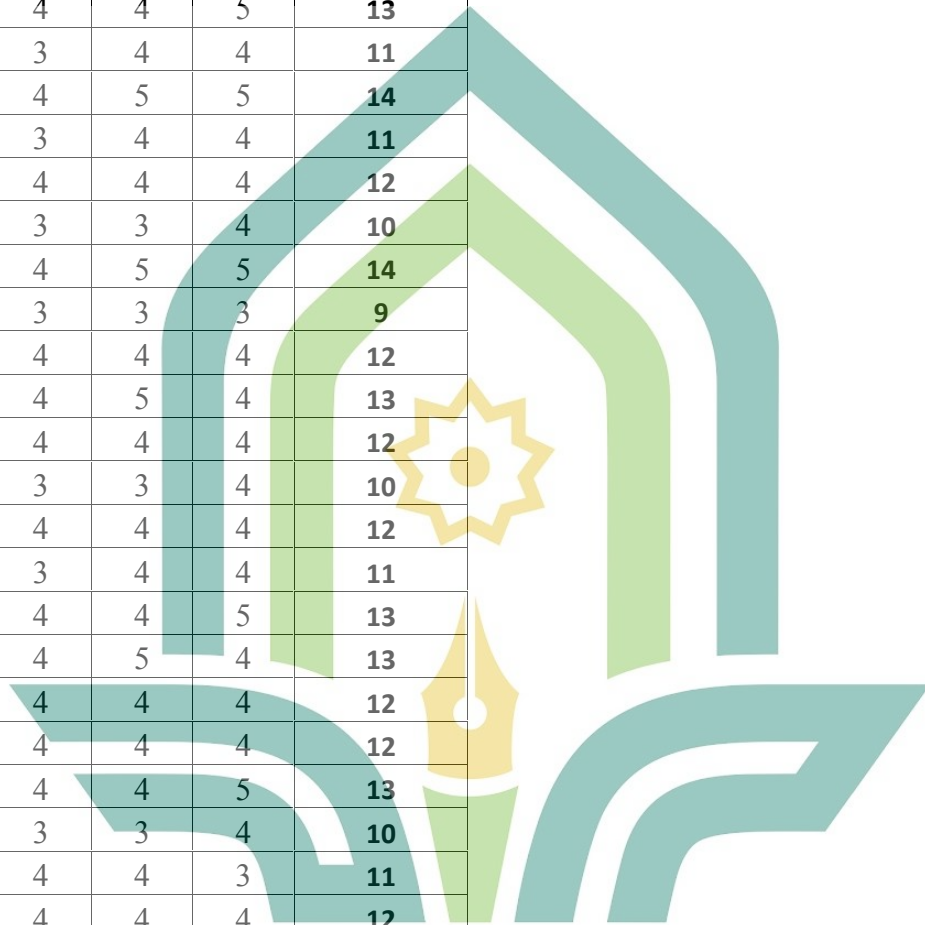
5	5	4	4	4	4	5	<b>31</b>
3	3	3	1	3	4	3	<b>20</b>
5	5	5	5	4	5	5	<b>34</b>

Pengetahuan (X2)

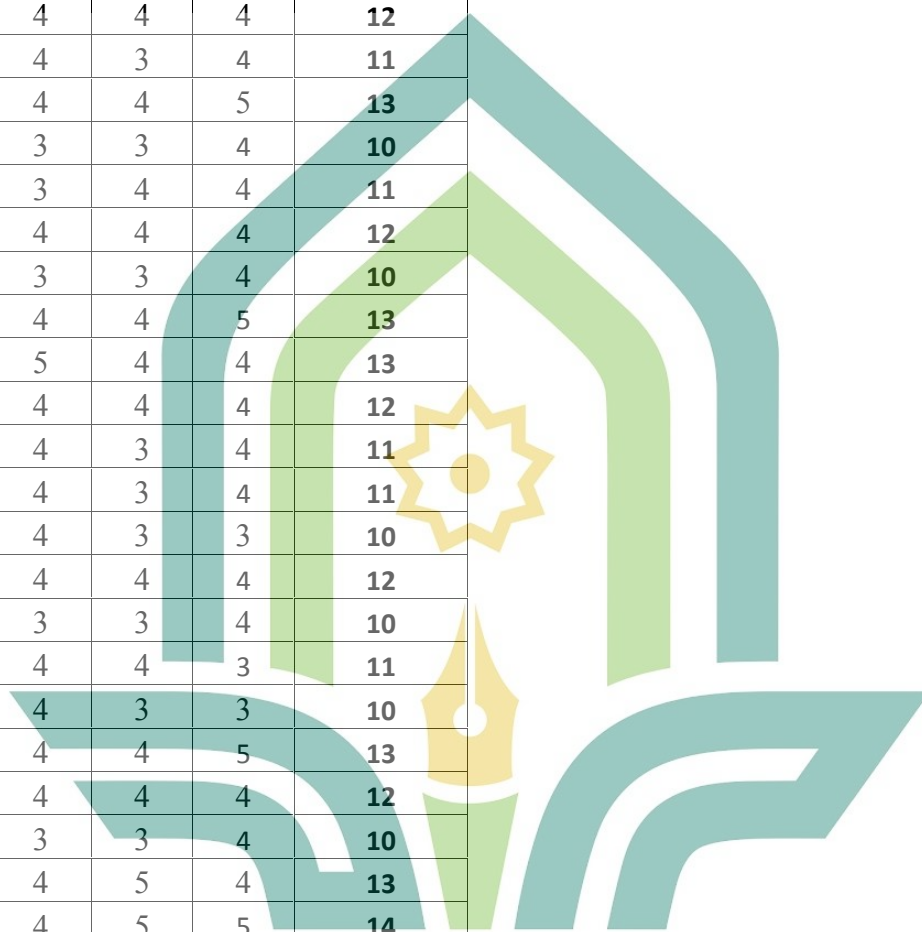
Pengetahuan			TOTAL X2
X2.1	X2.2	X2.3	
5	5	5	<b>15</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	4	4	<b>11</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	5	5	<b>14</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	5	5	<b>14</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	3	4	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	3	4	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	4	4	<b>11</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	5	5	<b>14</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	5	5	<b>14</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	4	<b>12</b>



4	3	3	<b>10</b>
4	5	4	<b>13</b>
3	3	4	<b>10</b>
4	4	4	<b>12</b>
2	3	3	<b>8</b>
4	3	4	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	5	<b>13</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	5	5	<b>14</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	3	4	<b>10</b>
4	5	5	<b>14</b>
3	3	3	<b>9</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	5	4	<b>13</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	3	4	<b>10</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	4	5	<b>13</b>
4	5	4	<b>13</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	5	<b>13</b>
3	3	4	<b>10</b>
4	4	3	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	4	5	<b>13</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	4	5	<b>13</b>
4	5	5	<b>14</b>
4	4	3	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	3	4	<b>10</b>
3	4	4	<b>11</b>



4	4	4	<b>12</b>
4	3	4	<b>11</b>
4	4	5	<b>13</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	5	<b>13</b>
4	3	3	<b>10</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	3	4	<b>11</b>
4	4	5	<b>13</b>
3	3	4	<b>10</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	3	4	<b>10</b>
4	4	5	<b>13</b>
5	4	4	<b>13</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	3	4	<b>11</b>
4	3	4	<b>11</b>
4	3	3	<b>10</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	3	4	<b>10</b>
4	4	3	<b>11</b>
4	3	3	<b>10</b>
4	4	5	<b>13</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	3	4	<b>10</b>
4	5	4	<b>13</b>
4	5	5	<b>14</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	5	<b>13</b>
4	4	4	<b>12</b>
3	3	4	<b>10</b>
5	4	4	<b>13</b>
3	3	4	<b>10</b>
4	4	4	<b>12</b>
4	4	4	<b>12</b>



4	4	5	<b>13</b>
3	3	4	<b>10</b>
3	4	4	<b>11</b>
4	3	3	<b>10</b>
4	4	4	<b>12</b>
5	5	4	<b>14</b>

Perilaku (X3)

Perilaku				TOTALX3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
3	3	5	3	<b>14</b>
3	5	4	3	<b>15</b>
4	3	4	4	<b>15</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
3	3	3	4	<b>13</b>
4	3	4	4	<b>15</b>
4	3	3	4	<b>14</b>
4	3	5	4	<b>16</b>
4	3	3	3	<b>13</b>
4	3	4	5	<b>16</b>
3	3	3	3	<b>12</b>
4	3	4	5	<b>16</b>
4	3	4	4	<b>15</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
3	2	4	3	<b>12</b>
3	3	4	4	<b>14</b>
2	2	4	3	<b>11</b>
5	3	4	4	<b>16</b>
4	3	3	4	<b>14</b>
4	4	3	5	<b>16</b>
5	5	3	5	<b>18</b>
5	5	5	4	<b>19</b>
3	4	4	4	<b>15</b>
5	5	5	4	<b>19</b>
5	2	4	5	<b>16</b>
3	2	5	4	<b>14</b>
3	3	3	3	<b>12</b>

3	3	3	4	<b>13</b>
4	4	3	4	<b>15</b>
4	5	4	4	<b>17</b>
3	3	3	3	<b>12</b>
4	3	4	4	<b>15</b>
3	4	4	4	<b>15</b>
3	3	4	4	<b>14</b>
3	2	3	4	<b>12</b>
3	3	3	4	<b>13</b>
4	5	4	4	<b>17</b>
5	3	5	5	<b>18</b>
4	3	4	3	<b>14</b>
4	3	4	3	<b>14</b>
4	3	3	4	<b>14</b>
4	5	5	5	<b>19</b>
3	4	3	3	<b>13</b>
3	3	3	3	<b>12</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	3	3	3	<b>13</b>
3	2	3	3	<b>11</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
4	5	4	4	<b>17</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	5	<b>17</b>
3	3	3	2	<b>11</b>
3	3	3	3	<b>12</b>
4	3	3	4	<b>14</b>
3	4	5	4	<b>16</b>
4	3	4	5	<b>16</b>
3	3	3	3	<b>12</b>
4	3	4	5	<b>16</b>
4	2	4	4	<b>14</b>
3	4	4	2	<b>13</b>
4	3	5	4	<b>16</b>
3	3	3	3	<b>12</b>
4	5	5	5	<b>19</b>
5	4	5	4	<b>18</b>

5	4	5	5	<b>19</b>
4	5	4	4	<b>17</b>
3	3	4	4	<b>14</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
4	4	4	5	<b>17</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
5	5	3	5	<b>18</b>
4	5	3	4	<b>16</b>
3	2	3	3	<b>11</b>
4	3	3	3	<b>13</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	3	4	3	<b>14</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
3	3	3	3	<b>12</b>
5	4	5	5	<b>19</b>
3	3	3	3	<b>12</b>
4	5	4	4	<b>17</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
5	3	3	5	<b>16</b>
4	5	5	5	<b>19</b>
5	4	5	5	<b>19</b>
5	4	5	5	<b>19</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	3	4	<b>15</b>
5	4	5	5	<b>19</b>
4	3	4	4	<b>15</b>
4	4	4	3	<b>15</b>
5	4	4	5	<b>18</b>
5	3	3	4	<b>15</b>
4	3	4	3	<b>14</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	3	3	4	<b>14</b>
5	4	4	5	<b>18</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
4	4	5	5	<b>18</b>
5	1	3	5	<b>14</b>
3	3	3	3	<b>12</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
4	2	4	4	<b>14</b>

5	4	5	5	<b>19</b>
4	4	3	4	<b>15</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
4	3	4	3	<b>14</b>
3	3	3	3	<b>12</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
3	3	4	4	<b>14</b>
5	5	4	5	<b>19</b>

Keputusan (Y)

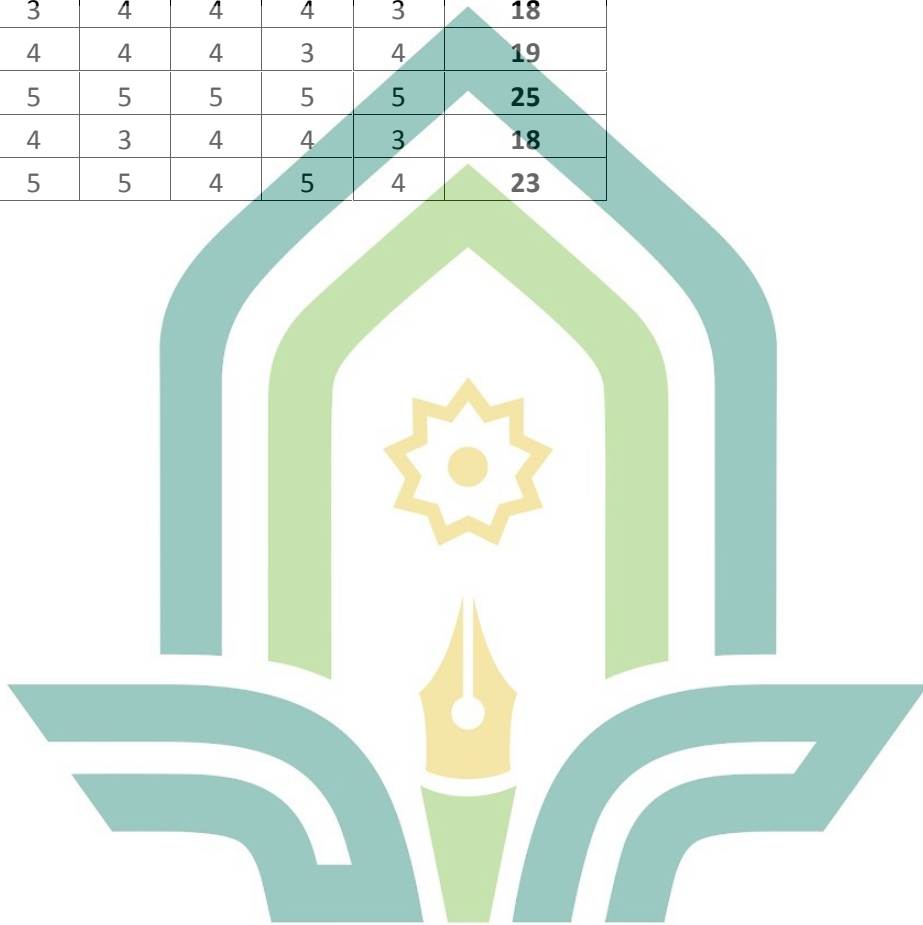
Keputusan					TOTAL Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
3	4	4	3	4	<b>18</b>
3	3	4	4	3	<b>17</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
5	4	4	4	5	<b>22</b>
4	4	4	3	4	<b>19</b>
5	4	5	4	5	<b>23</b>
4	3	4	5	4	<b>20</b>
4	5	5	4	4	<b>22</b>
5	4	4	5	4	<b>22</b>
4	5	5	4	4	<b>22</b>
4	4	4	4	5	<b>21</b>
5	4	5	4	4	<b>22</b>
4	5	5	4	4	<b>22</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>
3	4	3	4	3	<b>17</b>
4	4	4	4	3	<b>19</b>
4	3	3	4	3	<b>17</b>
5	4	4	5	4	<b>22</b>
4	5	5	4	4	<b>22</b>
4	4	5	5	4	<b>22</b>
5	3	5	3	5	<b>21</b>
5	4	5	4	4	<b>22</b>
3	3	3	4	4	<b>17</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>

5	5	5	5	5	<b>25</b>
3	4	4	3	4	<b>18</b>
3	3	3	3	3	<b>15</b>
4	5	4	4	5	<b>22</b>
3	4	4	4	4	<b>19</b>
5	4	4	5	4	<b>22</b>
4	4	3	3	3	<b>17</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	3	3	4	4	<b>18</b>
3	4	3	4	4	<b>18</b>
4	4	3	4	3	<b>18</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	3	<b>19</b>
5	3	3	5	4	<b>20</b>
4	3	4	3	4	<b>18</b>
3	3	4	3	2	<b>15</b>
3	4	4	4	3	<b>18</b>
4	5	5	5	5	<b>24</b>
3	4	4	4	3	<b>18</b>
3	3	4	4	4	<b>18</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
3	4	4	3	4	<b>18</b>
4	4	4	3	4	<b>19</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	4	5	4	5	<b>22</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	5	4	4	5	<b>22</b>
4	4	4	5	5	<b>22</b>
3	4	4	3	3	<b>17</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
4	4	5	4	5	<b>22</b>
3	3	4	5	4	<b>19</b>
4	4	5	4	5	<b>22</b>
3	4	4	4	3	<b>18</b>
5	3	3	5	5	<b>21</b>
3	3	5	4	4	<b>19</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	5	5	5	4	<b>23</b>



4	3	4	4	3	<b>18</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
5	4	5	5	4	<b>23</b>
5	4	4	5	5	<b>23</b>
5	5	3	3	5	<b>21</b>
4	4	4	3	3	<b>18</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
5	4	4	4	5	<b>22</b>
4	4	5	5	4	<b>22</b>
5	5	3	5	5	<b>23</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
3	3	4	2	3	<b>15</b>
4	4	4	4	3	<b>19</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
4	5	5	4	4	<b>22</b>
4	4	5	5	4	<b>22</b>
4	3	4	3	4	<b>18</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
5	5	3	3	3	<b>19</b>
4	4	5	5	5	<b>23</b>
4	4	4	4	3	<b>19</b>
5	5	4	5	4	<b>23</b>
4	4	4	4	5	<b>21</b>
5	3	4	5	4	<b>21</b>
5	4	4	5	4	<b>22</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	3	3	<b>18</b>
5	5	4	5	4	<b>23</b>
4	5	4	5	4	<b>22</b>
3	4	4	4	3	<b>18</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	3	4	4	3	<b>18</b>
3	4	4	3	4	<b>18</b>
5	4	4	5	4	<b>22</b>
3	4	4	4	4	<b>19</b>
5	5	4	4	5	<b>23</b>
4	5	4	5	5	<b>23</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>

4	3	3	4	4	<b>18</b>
4	5	4	4	5	<b>22</b>
3	3	4	4	4	<b>18</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	3	4	4	3	<b>18</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
5	5	4	4	5	<b>23</b>
3	4	4	4	3	<b>18</b>
4	4	4	3	4	<b>19</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	3	4	4	3	<b>18</b>
5	5	4	5	4	<b>23</b>





X1.6	Pearson Correlation	.380**	.309**	.390**	.318**	.372**	1	.445**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114	114	114
X1.7	Pearson Correlation	.412**	.402**	.441**	.399**	.342**	.445**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114	114	114	114	114
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.715**	.728**	.724**	.776**	.712**	.635**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114	114	114	114

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

### b. Pengetahuan (X2)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.411**	.218*	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000	.020	.000
	N	114	114	114	114
X2.2	Pearson Correlation	.411**	1	.504**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114
X2.3	Pearson Correlation	.218*	.504**	1	.742**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000		.000
	N	114	114	114	114
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.702**	.851**	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114

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

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

### c. Perilaku (X3)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.439**	.449**	.697**	.813**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114
X3.2	Pearson Correlation	.439**	1	.433**	.405**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114
X3.3	Pearson Correlation	.449**	.433**	1	.489**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114	114
X3.4	Pearson Correlation	.697**	.405**	.489**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114	114

TOTAL_X3	Pearson Correlation	.813**	.757**	.745**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114

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

#### d. Keputusan (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.429**	.204*	.473**	.506**	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000	.030	.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
Y.2	Pearson Correlation	.429**	1	.347**	.293**	.436**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
Y.3	Pearson Correlation	.204*	.347**	1	.290**	.365**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.030	.000		.002	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
Y.4	Pearson Correlation	.473**	.293**	.290**	1	.414**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002		.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
Y.5	Pearson Correlation	.506**	.436**	.365**	.414**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114	114	114
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.749**	.709**	.600**	.701**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114	114

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

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

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

### a. Strategi Pemasaran (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.838	7

### b. Pengetahuan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.650	3

### c. Perilaku (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	4

### d. Keputusan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	5

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55831209
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.045
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

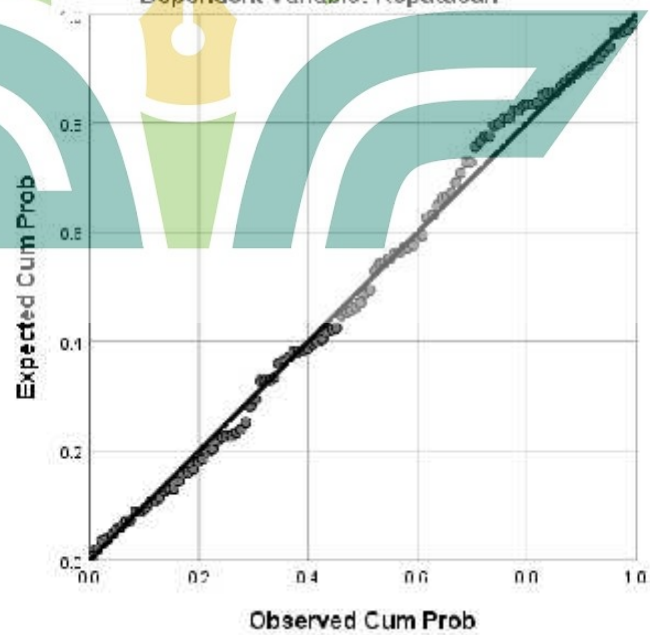
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual  
Dependent Variable: Keputusan





**b. Hasil Uji Multikolinieritas**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.354	1.851		2.892	.005		
	Startegi Pemasaran	.309	.057	.472	5.464	.000	.497	2.011
	Pengetahuan	.070	.121	.036	.582	.562	.979	1.021
	Perilaku	.351	.084	.361	4.157	.000	.492	2.032

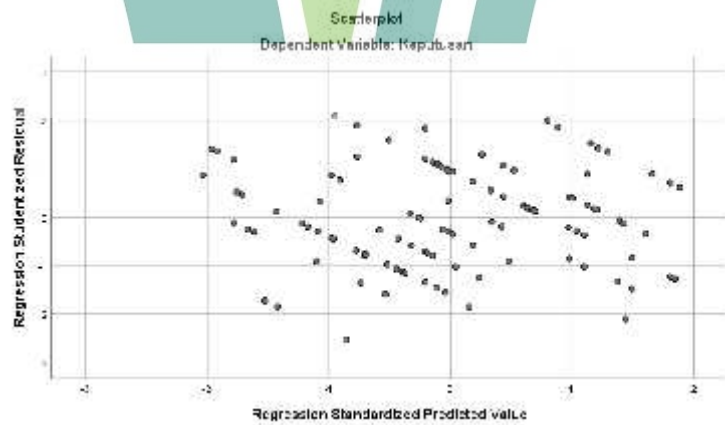
a. Dependent Variable: Keputusan

**c. Hasil Uji Heterokedastisitas**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.028	1.016		1.012	.314
	Startegi Pemasaran	.037	.031	.157	1.176	.242
	Pengetahuan	.033	.066	.048	.504	.615
	Perilaku	-.076	.046	-.221	-1.647	.102

a. Dependent Variable: Abs\_RES



#### d. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.354	1.851		2.892	.005
	Startegi Pemasaran	.309	.057	.472	5.464	.000
	Pengetahuan	.070	.121	.036	.582	.562
	Perilaku	.351	.084	.361	4.157	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.354	1.851		2.892	.005
	Startegi Pemasaran	.309	.057	.472	5.464	.000
	Pengetahuan	.070	.121	.036	.582	.562
	Perilaku	.351	.084	.361	4.157	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

##### b. Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	398.089	3	132.696	53.194	.000 <sup>b</sup>
	Residual	274.402	110	2.495		
	Total	672.491	113			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Perilaku, Pengetahuan, Startegi Pemasaran

**c. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 <sup>a</sup>	.592	.581	1.579

a. Predictors: (Constant), Perilaku, Pengetahuan, Startegi Pemasaran



Lampiran 6. Tabel R

## Nilai-Nilai r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791

Lampiran 7. Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74

Lampiran 8. Tabel T

## Nilai-Nilai Dalam Distribusi T

<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
<b>103</b>	0.6768 8	1.2898 2	1.6597 8	1.98326	2.3631 0	2.62441	3.1712 5
<b>104</b>	0.6768 6	1.2897 4	1.6596 4	1.98304	2.3627 4	2.62393	3.1704 5
<b>105</b>	0.6768 3	1.2896 7	1.6595 0	1.98282	2.3623 9	2.62347	3.1696 7
<b>106</b>	0.6768 1	1.2895 9	1.6593 6	1.98260	2.3620 4	2.62301	3.1689 0
<b>107</b>	0.6767 9	1.2895 1	1.6592 2	1.98238	2.3617 0	2.62256	3.1681 5
<b>108</b>	0.6767 7	1.2894 4	1.6590 9	1.98217	2.3613 7	2.62212	3.1674 1
<b>109</b>	0.6767 5	1.2893 7	1.6589 5	1.98197	2.3610 5	2.62169	3.1666 9
<b>110</b>	0.6767 3	1.2893 0	1.6588 2	1.98177	2.3607 3	2.62126	3.1659 8
<b>111</b>	0.6767 1	1.2892 2	1.6587 0	1.98157	2.3604 1	2.62085	3.1652 8
<b>112</b>	0.6766 9	1.2891 6	1.6585 7	1.98137	2.3601 0	2.62044	3.1646 0
<b>113</b>	0.6766 7	1.2890 9	1.6584 5	1.98118	2.3598 0	2.62004	3.1639 2
<b>114</b>	0.6766 5	1.2890 2	1.6583 3	1.98099	2.3595 0	2.61964	3.1632 6
<b>115</b>	0.6766 3	1.2889 6	1.6582 1	1.98081	2.3592 1	2.61926	3.1626 2
<b>116</b>	0.6766 1	1.2888 9	1.6581 0	1.98063	2.3589 2	2.61888	3.1619 8
<b>117</b>	0.6765 9	1.2888 3	1.6579 8	1.98045	2.3586 4	2.61850	3.1613 5
<b>118</b>	0.6765 7	1.2887 7	1.6578 7	1.98027	2.3583 7	2.61814	3.1607 4
<b>119</b>	0.6765 6	1.2887 1	1.6577 6	1.98010	2.3580 9	2.61778	3.1601 3
<b>120</b>	0.6765 4	1.2886 5	1.6576 5	1.97993	2.3578 2	2.61742	3.1595 4

*Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup***RIWAYAT HIDUP PENULIS****A. IDENTITAS**

1. Nama : Miyah Fadilah
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 18 Mei 2001
3. Alamat Rumah : Desa Podosari, Kesesi, Pekalongan.
4. Alamat Tinggal : Desa Podosari, Kesesi, Pekalongan.
5. Nomor *Handphone* : 08164899540
6. Email : [miyahfadilla19@gmail.com](mailto:miyahfadilla19@gmail.com)
7. Nama Ayah : Subali
8. Pekerjaan Ayah : Wirausah
9. Nama Ibu : Daonah
10. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

**B. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SD : SD N 01 Podosari (2007-2013)
2. SMP : SMP N 1 Kesesi (2013-2016)
3. SMA : SMA N 1 Bojong (2016-2019)