



**PENGARUH *ATTENTION, INTEREST, DESIRE, DAN ACTION*
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TABUNGAN
SYARIAH PADA MAHASISWA FAKULTAS AGAMA
ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
JAKARTA ANGKATAN TAHUN 2018-2020**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi
Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah**

Disusun oleh:

INTAN SULISTIYOWATI

NPM: 2018570061

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
1443 H/2022 M**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Sulistiyowati
NPM : 2018570061
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Attention, Interest, Desire*, dan *Action* Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia bertanggung jawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 27 Sya'ban 1443 H
30 Maret 2022 M

Yang Menyatakan,



Intan Sulistiyowati

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Attention, Interest, Desire, dan Action Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020***" yang disusun oleh **Intan Sulistiyowati, Nomor Pokok Mahasiswa: 2018570061** Program Studi Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 30 Maret 2022

Pembimbing



Moh. Khoirul Anam, SE. M. Ak

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

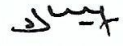




Skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Attention, Interest, Desire, dan Action* Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020”. Disusun oleh Intan Sulistiyowati, Nomor Pokok Mahasiswa: 2018570061. Telah diujikan pada hari/tanggal: Rabu, 27 Juli 2022 telah diterima dan disahkan dalam sidang Skripsi (munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,



Dr. Sopa, M.Ag.

| Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|--|--|------------|
| <u>Dr. Sopa, M.Ag.</u> Ketua |  | 18-08-2022 |
| <u>Dr. Suharsiwi, M. Pd</u> Sekretaris |  | 11/08-2022 |
| <u>Moh. Khoirul Anam, SE, M. Ak</u> Dosen Pembimbing |  | 11-08-2022 |
| <u>Dina Febriani, SE., MM</u> Anggota Penguji I |  | 10-08-2022 |
| <u>Hamli Syaifullah, SE. Sy. M. Si</u> Anggota Penguji II |  | 10-08-22 |

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Program Studi Perbankan Syariah

Skripsi 30 Maret 2022

Intan Sulistiyowati

2018570061

Pengaruh *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020

XIII + 101 halaman + 9 lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Pengaruh *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penentuan responden menggunakan metode penarikan *sampel insidental* dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarluaskan secara *online* menggunakan *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda diperoleh hasil $Y = 0,960 + 0,161X_1 + 0,502X_2 + 0,069X_3 + 0,841X_4$. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Interest* dan *Action* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, sedangkan *Attention* dan *Desire* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Secara simultan variabel *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Dan hasil koefisien determinasi *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* berpengaruh sebesar 67,5% dan sisanya 32,5% tidak dipaparkan pada metode penelitian ini.

Kata Kunci: *Attention*, *Interest*, *Desire*, *Action*, Keputusan Penggunaan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Attention, Interest, Desire, dan Action* Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020”** sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Skripsi ini ditulis dengan tujuan untuk menyelesaikan salah satu tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana (S.1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, pada tahun 2022.

Tidak sedikit kendala yang penulis temui dalam proses penyelesaiannya, namun berkat saran, arahan dan bantuan para pihak baik moril maupun materil, kendala tersebut menjadi tidak terlalu berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut:

1. Dr. Ma'mun Murod, M. Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta
2. Dr. Sopa, M.Ag., Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Dina Febriani, SE., MM., Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
4. Moh. Khoirul Anam, SE. M. Ak., Dosen Pembimbing skripsi yang telah mengorbankan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan arahan, motivasi,

dukungan dan nasihat setiap saat dengan kesabaran dan ketulusan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sukses dan layak untuk dibaca.

5. Seluruh dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, yang telah memberikan ilmunya dengan tulus kepada penulis. Tak lupa kepada civitas akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, tanpa mereka penulis tidak akan sampai pada titik ini.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ashary Supriyono dan Ibu Suliyeem, yang selalu memberikan kasih sayang, ketulusan dan doa kepada penulis, sehingga mereka menjadi motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh keluarga besar MPS A angkatan 2018 dan Teman-teman Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta angkatan 2018, yang telah memberikan kontribusi semangat dan kenangan yang baik dalam perkuliahan ini, semoga silaturahmi kita tetap terjaga selamanya.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan secara langsung maupun tidak langsung yang telah banyak membantu. Terimakasih untuk semuanya. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan kalian skripsi ini tidak akan terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, namun berharap semoga karya sederhana ini dapat membawa banyak manfaat. Aamiin.

Jakarta, 27 Sya'ban 1443 H
30 Maret 2022 M

Penulis,

Intan Sulistiyowati

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PERNYATAAN | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI | iii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR GRAFIK | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 6 |
| C. Pembatasan Masalah..... | 6 |
| D. Perumusan Masalah | 7 |
| E. Kegunaan Hasil Penelitian..... | 8 |
| F. Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 11 |
| A. Landasan Teoritis..... | 11 |
| 1. Tabungan Syariah | 11 |
| 2. Keputusan Penggunaan | 21 |
| 3. Teori AIDA..... | 24 |
| B. Hasil Penelitian yang Relevan | 27 |
| C. Kerangka Berpikir | 41 |
| D. Hipotesis Penelitian | 42 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 44 |
| A. Tujuan Penelitian | 44 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 44 |
| 1. Tempat Penelitian | 44 |

| | |
|---|-----------|
| 2. Waktu Penelitian..... | 45 |
| C. Metode Penelitian | 45 |
| D. Variabel Penelitian..... | 45 |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian..... | 46 |
| 1. Populasi..... | 46 |
| 2. Sampel..... | 48 |
| 3. Teknik Pengambilan Sampel | 49 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 49 |
| G. Instrument Penelitian | 51 |
| 1. Kisi-kisi Instrument | 51 |
| 2. Uji Instrumen Penelitian | 52 |
| H. Teknik Analisis Data | 55 |
| 1. Uji Asumsi Klasik..... | 55 |
| a. Uji Normalitas | 55 |
| b. Uji Multikolinieritas | 56 |
| c. Uji Heteroskedastisitas | 57 |
| d. Uji Autokorelasi | 57 |
| 2. Analisis Regresi Linier Berganda | 58 |
| I. Hipotesis Statistik | 59 |
| 1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t) | 59 |
| 2. Uji Signifikan Simultan (Uji F) | 60 |
| 3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 60 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 62 |
| A. Deskripsi Data | 62 |
| 1. Sejarah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta..... | 62 |
| 2. Visi dan Misi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta | 63 |
| 3. Gambaran Umum Responden | 64 |
| B. Uji Persyaratan Analisis | 69 |
| 1. Hasil Uji Validitas..... | 69 |
| 2. Hasil Uji Reabilitas | 72 |

| | |
|--|-----------|
| 3. Uji Asumsi Klasik..... | 73 |
| a. Hasil Uji Normalitas..... | 73 |
| b. Hasil Uji Multikolinieritas | 74 |
| c. Uji Heteroskedastisitas..... | 75 |
| d. Hasil Uji Autokorelasi..... | 77 |
| 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 78 |
| C. Pengujian Hipotesis | 80 |
| 1. Hasil Uji T (Uji Parsial)..... | 80 |
| 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)..... | 83 |
| 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 85 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 85 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 92 |
| A. Kesimpulan..... | 92 |
| B. Saran-saran | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA | 96 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1 | Perkembangan Perbankan Syariah | 2 |
| Tabel 2.1 | Latar Belakang Ketentuan dan Fatwa Produk Tabungan Syariah. 12 | |
| Tabel 2.2 | Tabel Penelitian Relevan | 33 |
| Tabel 3.1 | Data Populasi Mahasiswa..... | 47 |
| Tabel 3.2 | Skala Likert | 50 |
| Tabel 3.3 | Kisi-kisi Instrumen Penelitian | 51 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 65 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi | 66 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun..... | 67 |
| Tabel 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Tabungan Syariah..... | 68 |
| Tabel 4.5 | Hasil Uji Validitas Dari Variabel <i>Attention</i> | 70 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Validitas Dari Variabel <i>Interest</i> | 70 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Validitas Dari Variabel <i>Desire</i> | 71 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Validitas Dari Variabel <i>Action</i> | 71 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Validitas Dari Variabel Keputusan Penggunaan..... | 72 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Reabilitas..... | 73 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Multikolinieritas..... | 75 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Autokorelasi | 77 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda | 78 |
| Tabel 4.14 | Hasil Uji t (Uji Parsial)..... | 81 |
| Tabel 4.15 | Hasil Uji F (Uji Simultan) | 84 |
| Tabel 4.16 | Hasil Uji Koefisien Determinasi | 85 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 2.1 | Tahapan Proses Pengambilan Keputusan..... | 22 |
| Gambar 2.2 | Kerangka Berfikir | 41 |
| Gambar 4.1 | Hasil Uji Normal Probability Plots..... | 74 |
| Gambar 4.2 | Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 76 |

DAFTAR GRAFIK

| | | |
|------------|---|----|
| Grafik 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 65 |
| Grafik 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi | 67 |
| Grafik 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun..... | 68 |
| Grafik 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Tabungan Syariah..... | 69 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Permohonan Riset/Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian
- Lampiran 5 : Kuesioner
- Lampiran 6 : Data Jawaban Responden
- Lampiran 7 : Hasil Perhitungan SPSS
- Lampiran 8 : Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2018-2021
- Lampiran 9 : Curriculum Vitae

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kebanyakan masyarakatnya beragama Islam, sehingga banyak masyarakat di Indonesia yang menganut prinsip-prinsip Islam. Salah satunya dalam melakukan kegiatan ekonomi harus sesuai dengan prinsip Islam seperti pada sektor perbankan syariah.¹

Dalam pasal 1 ayat 1 UU No. 21 Tahun 2008 mengenai bank syariah, dikatakan bahwa seluruh hal yang berhubungan dengan perbankan syariah dan unit usaha syariah, termasuk kegiatan kelembagaan, aktivitas usaha, cara dan sistem penerapan aktivitas usahanya. Suatu perbankan dapat dibidang syariah jika dalam melakukan aktivitas usahanya berdasarkan pemahaman Islam serta ketentuan yang dituangkan pada fatwa DSN-MUI.² Keunggulan perbankan syariah terletak pada prinsip bagi hasil (*profit and lost sharing*) dan prinsip berbagi risiko (*risk sharing*). Prinsip tersebut dapat dikatakan sebagai cara perbankan syariah untuk menghindari penerimaan dan pembayaran riba atau bunga pada setiap transaksinya.³

¹ Fadhil Suko, *et.al.*, "Pengaruh *Attitude Subjective Norms* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap Intensi Kepemilikan Kartu Kredit Syariah", dalam *Middle East and Islamic Studies*, Vol. 5, No. 2, 2018, h. 122.

² Nur Melinda Lestari, *Sistem Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: Grafindo Books Media, 2015), h. 112.

³ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah, Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, (Jakarta: Alfabet, 1999), h. 125.

Kemudian keberadaan bank syariah di Indonesia diperkuat dengan diterapkannya *dual banking system* sesuai dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 kemudian dirubah menjadi Undang-Undang No. 7 Tahun 1992. Berdasarkan aturan tersebut bank konvensional diizinkan dalam pembukaan unit usaha syariah, sehingga di Indonesia terdapat dua bentuk bank: Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS).⁴ Dimana Unit Usaha Syariah (UUS) merupakan kantor pusat dari bank konvensional yang bertindak selaku kantor pusat cabang pembantu syariah atau unit syariah yang melakukan kegiatan usahanya berlandaskan prinsip syariah.

Tabel 1.1
Perkembangan Perbankan Syariah

| Industri Perbankan | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| BUS | 13 | 14 | 14 | 14 | 12 |
| UUS | 21 | 20 | 20 | 20 | 21 |
| BPRS | 167 | 167 | 164 | 163 | 164 |
| Jumlah Kantor BUS, UUS dan BPRS | 2.610 | 2.724 | 2.917 | 3.053 | 3.128 |
| Total Aset, PYD, dan DPK | | | | | |
| Aset (Triliun Rp) | 435,01 | 489,69 | 538,32 | 608,90 | 693,80 |
| PYD (Triliun Rp) | 293,46 | 329,28 | 365,13 | 394,63 | 421,86 |
| DPK (Triliun Rp) | 341,7 | 379,96 | 425,29 | 475,80 | 548,58 |

Sumber: Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia Otoritas Jasa Keuangan (OJK), data diolah 2021

⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 164.

Berdasarkan tabel 1.1 dijelaskan, dalam 5 tahun terakhir pertumbuhan bank syariah di Indonesia semakin meningkat. Dimana pada tahun 2021 membuktikan pertumbuhan perbankan syariah yang positif sehingga berjalannya fungsi intermediasi yang baik sejalan dengan kenaikan Aset, Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD) dan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang meningkat, daripada beberapa tahun sebelumnya.

Dalam menjalankan perannya sebagai lembaga intermediasi, bank syariah berkewajiban menjalankan penghimpunan dana masyarakat yang kemudian menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Penghimpunan dana tersebut bersumber dari dana individu, dana pinjaman dan dana deposito (dana pihak ketiga) seperti giro, deposito, dan tabungan nasabah perorangan, serta dana lainnya.

Tabungan menjadi salah satu produk penghimpunan dana yang paling populer dikalangan masyarakat, sehingga kontribusinya dalam memajukan Dana Pihak Ketiga (DPK) bank syariah tidak dapat diragukan, bahkan persyaratan dalam pembukaan rekening tabungan sangat mudah serta saldo awal yang ringan sehingga hampir seluruh kalangan masyarakat dapat memilikinya.⁵ Dalam hal ini, mahasiswa menjadi salah satu komponen masyarakat yang cukup potensial dalam menambah jumlah nasabah bank syariah untuk memperluas pengembangan produknya. Produk tabungan syariah merupakan salah satu yang paling diminati oleh mahasiswa baik

⁵ Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kola Langsa)", dalam *Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 1, 2020. h. 3.

mahasiswa perantau ataupun bukan. Kebanyakan mahasiswa menggunakan layanan perbankan untuk berbagai kebutuhan, seperti pada pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT), karena saat ini Universitas Muhammadiyah Jakarta melakukan kerjasama dengan berbagai bank syariah untuk melakukan pembayaran UKT dan praktikum. Selain itu mahasiswa juga menggunakan tabungan syariah untuk memudahkan transaksi jual beli secara *online*.⁶

Keputusan merupakan tahapan dalam menentukan pilihan satu tindakan dari dua atau lebih alternatif, yang diawali dengan latar belakang masalah, identifikasi masalah, sehingga terbentuknya kesimpulan dari kriteria tertentu. Keputusan nasabah untuk menjadi pengguna tabungan syariah ialah tahap akhir dari suatu pembelian yang artinya suatu tindakan dalam berperilaku kedepannya dan mengekspresikan melalui hal-hal seperti, komitmen dalam pembelian produk bank syariah lainnya apabila membutuhkan, komitmen dalam memberikan rekomendasi, melakukan penambahan jumlah saldo tabungan, dan selalu memberikan hal-hal positif pada perbankan syariah.⁷

Untuk meningkatkan persepsi dan keputusan penggunaan akan produk tabungan syariah pada masyarakat, maka bank-bank syariah yang ada di Indonesia harus melakukan promosi kepada masyarakat luas seperti, memasang iklan melalui media cetak, media elektronik, maupun media sosial.

⁶ Mohammad Dendi Abdul Nasir, "Religiusitas Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah", *Skripsi Fakultas Ekonomi*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018), h. 9.

⁷ Rokhmania Nurmaeni, *et.al.*, "Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank BRI Syariah, TBK Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang)", dalam *Tabbaru'*, Vol. 3, No. 2, 2020, h. 305.

Dengan tujuan agar dapat mempengaruhi sikap, persepsi perilaku masyarakat supaya membeli dan menggunakan produk tersebut selain itu juga dapat memudahkan masyarakat mengetahui dan lebih mengenal produk-produk yang ada pada bank syariah.

Untuk mewujudkan promosi yang baik perlu memperhatikan rumus atau teori iklan “AIDA”. AIDA ialah singkatan dari *Attention, Interest, Desire, Action*. Pertama adalah, *Attention* dimana iklan harus sanggup menarik perhatian khalayak sasaran, sehingga dalam iklan harus mampu menciptakan suasana yang menarik. Kedua, *Interest* dimana iklan harus berkaitan erat dengan minat konsumen agar menciptakan keinginan untuk mengetahui informasi mengenai produk yang ditawarkan secara rinci, dalam hal ini harus mampu merangsang konsumen supaya ingin membaca, mendengar dan melihat pesan-pesan yang disampaikan. Ketiga, *Desire* berarti iklan harus mampu membangkitkan keinginan seseorang agar dapat menggunakan produk yang ditawarkan. Yang terakhir yaitu, *Action* yang berarti iklan harus mampu meyakinkan calon nasabah untuk secepat mungkin mengambil tindakan dalam pembelian.

Oleh karena itu, iklan merupakan komponen sangat penting dalam melakukan penawaran terhadap produk, supaya produk tersebut dapat diketahui oleh masyarakat luas dan membuat calon pembeli tertarik untuk melakukan pembelian dan menggunakannya secara berkala.⁸

⁸ Abdul Rofiq, *et.al.*, “Pengaruh Penerapan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Terhadap Keputusan Pembelian”, dalam *Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 1, 2013. h. 2.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *ATTENTION, INTEREST, DESIRE, DAN ACTION* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TABUNGAN SYARIAH PADA MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA ANGKATAN TAHUN 2018-2020”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masih kurangnya promosi mengenai produk tabungan syariah dikalangan mahasiswa.
2. Masih banyak yang belum mengetahui manfaat promosi menggunakan teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) dalam meningkatkan penggunaan tabungan syariah.
3. Masih kurangnya ketertarikan mahasiswa dalam menggunakan produk tabungan syariah

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk membantu peneliti dalam memfokuskan masalah agar mencapai tujuan penelitian. Pembatasan masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah *Attention*, *Interest*, *Desire* dan *Action*, sementara variabel dependen adalah keputusan penggunaan tabungan syariah.
2. Objek penelitian difokuskan kepada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020.
3. Penelitian ini menggunakan metode *Multiple Regression Analysis* atau Regresi Linier Berganda.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dibahas di atas, maka rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini berfokus pada pembahasan sebagai berikut:

1. Apakah *Attention* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah?
2. Apakah *Interest* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah?
3. Apakah *Desire* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah?
4. Apakah *Action* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah?
5. Apakah *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah?

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini semoga dapat digunakan sebagai teori serta penunjang pada penelitian berikutnya, serta menjadi bahan referensi dalam meningkatkan wawasan serta pengetahuan bagi para pembaca terutama mengenai “Pengaruh *Attention, Interest, Desire*, dan *Action* Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2022”.

2. Kegunaan Praktik

Pada penelitian ini dimaksudkan supaya bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak berkepentingan dan tertarik untuk mempelajari lebih lanjut, seperti:

a. Bagi Peneliti

Manfaat dari penelitian ini diharapkan penulis sanggup menguasai serta menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman di dunia perbankan terutama pada perbankan syariah di Indonesia.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan peninggalan pustaka yang digunakan oleh seluruh golongan akademis, menerapkan ilmu

pengetahuan yang diterima, dan memberikan wawasan serta menaikkan referensi kepustakaan perihal perbankan syariah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan digunakan untuk memudahkan pemahaman serta dimengerti oleh pembaca. Ada pula metode penyusunan dalam penelitian ini yakni berdasarkan pedoman “Panduan Praktis Menulis Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta tahun akademik 2021”. Skripsi ini dikelompokkan secara garis besar menjadi beberapa bagian dan bab-bab seperti dijelaskan berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menggambarkan menyempurnakan usulan penelitian yang berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang dibahas secara rinci yang memuat tentang landasan teoritik, hasil penelitian yang relevan, kerangka berpikir dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang pengembangan metodologi penelitian yang terdiri dari tujuan operasional penelitian, tempat

dan waktu penelitian, jadwal penelitian, metode penelitian, populasi dan sampling, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan hipotesis statistik.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai deskripsi data, uji persyaratan analisis, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang akan diberikan penulis kepada pihak yang membutuhkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

1. Tabungan Syariah

a. Pengertian Tabungan

Tabungan termasuk ke dalam katagori simpanan yang terdapat di bank syariah dimana penarikannya sesuai kesepakatan serta tidak dapat diambil memakai cek, bilyet giro ataupun lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan pada bank syariah memakai akad *wadiah* dan akad *mudharabah* sesuai dengan pasal 1 butir 21, UU No. 21 tahun 2008.¹

Dalam pembukaan tabungan harus sejalan dengan peraturan yang berlaku serta dibuka berdasarkan permohonan perorangan, kelompok ataupun instansi.² Kemudian nasabah akan diberikan buku tabungan untuk melihat seluruh informasi dari transaksi yang dilakukan serta kartu *Automatic Teller Machine* (ATM) beserta dengan nomor *Personal Identification Number* (PIN).³

¹ Asep Supyadillah, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Wahana Kardofa, 2016), Cet. 2, h. 65.

² Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 94.

³ Ikatan Bankir Indonesia, *ibid.*, h. 97.

b. Ketentuan Tabungan

Dalam perkembangannya jenis produk tabungan yang ditawarkan amat banyak alhasil dalam pengelolaan rekening tabungan harus berdasarkan SK Direksi BI No.22/63/KEP/DIR tanggal 1 Desember 1989 menjelaskan bahwa tabungan hanya dapat dilakukan dalam nominal rupiah. Perbankan wajib melindungi keadaan likuiditas dengan aman berkaitan mengenai sumber pendanaan yang fluktuasinya relative besar. Dalam mengeluarkan produk perbankan perlu memperhatikan regulasi, khususnya:

Tabel 2.1

Latar Belakang Ketentuan dan Fatwa Produk Tabungan Syariah⁴

| Ketentuan dan Fatwa Tabungan | Latar Belakang |
|---|--|
| PBI No.7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan Dana Penyaluran Dana Bagi Bank Yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah. | Bank syariah harus menjaga kepercayaan publik setiap saat, baik secara finansial maupun sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sesuai dengan landasan operasionalnya. Semua pelaku di sektor perbankan syariah, tercantum pengelola bank/pemegang dana/pengguna dana serta pengawas wajib memiliki pemahaman umum tentang akad produk dalam rangka penghimpunan dan penyaluran dana bank syariah. |

⁴ Bank Indonesia, *Dinamika Produk dan Akad Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Department Riset Kebanksentralan Bank Indonesia, 2016), h. 113.

| | |
|--|--|
| <p>Fatwa DSN MUI No.02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan.</p> | <p>Keperluan dalam meningkatkan kesejahteraan pada penyimpanan kekayaan di masa sekarang membutuhkan pelayanan perbankan, serta salah satu produk penghimpunan dana di perbankan ialah tabungan. Namun kegiatan penghimpunan dana pada tabungan tidak seluruhnya bisa dibenarkan oleh hukum Islam dikarenakan perlunya menetapkan fatwa buat dijadikan prinsip dalam pelaksanaannya.</p> |
|--|--|

c. Pengertian Tabungan Syariah

Tabungan syariah ialah simpanan dana masyarakat berdasarkan prinsip syariah. Dalam Fatwa DSN-MUI No.02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan. Tabungan yang bersumber pada prinsip syariah ialah tabungan yang berlandaskan pada akad *mudharabah* dan *wadiah*, adapun ketentuannya, antara lain:⁵:

- 1) Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan akad *Mudharabah*:
 - a) Pada transaksi ini nasabah berperan selaku pihak *shahibul mal* (pemilik dana), sebaliknya bank berperan selaku pihak *mudharib* (pengelola dana).
 - b) Dalam kapasitasnya selaku *mudharib*, bank mampu menjalankan seluruh kegiatan usaha sesuai dengan prinsip Islam serta mengembangkannya, termasuk pada *mudharabah* dengan pihak lain.

⁵ Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan.

- c) Modal wajib dilaporkan berdasarkan totalnya, dengan wujud tunai bukan dalam bentuk piutang.
 - d) Pembagian profit wajib dinyatakan dalam bentuk nisbah serta disebutkan dalam akad pembukaan rekening.
 - e) Biaya operasional ditanggung oleh bank selaku *mudharib* dari hasil nisbah keuntungan yang termasuk haknya.
 - f) Bank tidak diperbolehkan untuk mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah.
- 2) Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan akad *Wadiah*:
- a) Bersifat simpanan.
 - b) Simpanan dapat diperoleh kapan saja (*on call*) ataupun berdasarkan kesepakatan.
 - c) Tidak ada ketentuan pada imbalan, melainkan berupa pemberian (*'athaya*) secara sukarela dari pihak bank.

d. Jenis Tabungan Syariah

1) Tabungan Syariah dengan akad *Wadiah*

Wadiah berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 ialah titipan sejumlah dana atau barang milik nasabah yang harus dijaga oleh pihak penerima titipkan (bank), sehingga bank memiliki kewajiban dalam pengembalian dana atau barang titipan sewaktu-waktu sesuai kehendak nasabah.⁶

⁶ Peraturan Bank Indonesia, Nomor 7/46/PBI/2005 Tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bagi Bank Yang Melaksanakan Keegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah.

Tabungan *wadiah* pada perbankan syariah umumnya memakai akad *wadiah yad adh-dhamanah*. Pada akad ini nasabah berperan selaku penyimpan serta menyerahkan hak kepada bank syariah untuk mengelola maupun menggunakan dana yang dititipkannya, sementara itu bank syariah berperan sebagai wali dari sejumlah uang yang disertai dengan hak untuk memanfaatkan maupun menggunakan dana tersebut. Dengan demikian, bank bertanggung jawab atas keutuhan dana yang disimpan dan mengembalikannya setiap saat atas kehendak pemiliknya, bank mendapatkan hak memperoleh keuntungan dari penggunaan atau pengelolaan dana tersebut.⁷ Sehingga nasabah tidak menanggung resiko kerugian serta bisa menarik semua dananya setiap saat setelah dipotong dengan biaya administrasi yang sudah ditetapkan.⁸

Bank syariah diperkenankan memberikan bonus pada nasabah pengguna produk tabungan *wadiah*. Ketentuan pemberian bonus tabungan syariah adalah sebagai berikut⁹:

- a) Bonus diserahkan khusus kepada nasabah yang memiliki rekening dengan akad *wadiah*.
- b) Bank tidak berkewajiban dalam pemberian bonus.

⁷ Adiwarmam Karim, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*, (Depok: PT Raja Grafindo, 2010), Cet. 5, h. 357.

⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2009), Cet. 2, h. 91.

⁹ Asep Supyadillah, *op. cit.*, h. 67.

- c) Pemberian bonus tidak boleh diperjanjikan, tetapi bersumber pada peraturan bank yang ditetapkan manajemen atau *Asset & Liability Committee* (ALCO).
- d) Pemberian bonus sesuai dengan saldo rata-rata bulan serta disetorkan ke rekening pada awal setiap bulan.

Dalam pasal 3 PBI No. 7/46/2005, aktivitas penghimpunan dana pada tabungan *wadiah* memiliki syarat-syarat, diantaranya:¹⁰:

- a) Bank berperan selaku penerima dana titipan sedangkan nasabah berperan selaku pemilik dana titipan.
- b) Dana titipan diserahkan sepenuhnya kepada bank dan dilaporkan sesuai dengan jumlah nominal.
- c) Dana titipan dapat diambil sewaktu-waktu.
- d) Dalam pemberian imbalan ataupun bonus tidak dapat diperjanjikan.
- e) Bank memberikan jaminan pada pengembalian dana nasabah.

2) Tabungan Syariah dengan akad *Mudharabah*

Mudharabah ialah akad kerjasama antara dua pihak, dimana pihak pertama yaitu nasabah (*shahibul maal*) selaku pemilik dan pihak kedua yaitu bank syariah (*mudharib*) selaku pengelola dana.¹¹

¹⁰ Peraturan Bank Indonesia, *loc. cit.*

¹¹ Asep Supyadillah, *loc. cit.*

Dalam akad *mudharabah* terdiri dari dua jenis, yaitu *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*, dimana perbedaannya ada disyarat yang dibuat oleh nasabah kepada bank dalam pengelolaan hartanya.¹²

Tabungan *mudharabah* termasuk simpanan nasabah di bank syariah bertujuan untuk investasi dimana penarikannya hanya dapat dilakukan setiap saat atas dasar kesepakatan.¹³ Prinsip tabungan *mudharabah* merupakan prinsip bagi hasil, dimana keuntungan dibagi sesuai nisbah yang telah diperjanjikan di awal serta kerugian ditanggung oleh pemilik dana apabila kerugian bukan akibat kecerobohan dari pengelola.¹⁴

Adapun ketentuan porsi, pemberian, dan perubahan bagi hasil pada tabungan syariah adalah sebagai berikut¹⁵:

- a) Ketentuan porsi bagi hasil tabungan syariah, diantaranya:
 - (1) Porsi bagi hasil tabungan syariah adalah porsi antara bank dan nasabah dalam melakukan distribusi keuangan.
 - (2) Porsi bagi hasil dapat diberikan secara berjenjang sesuai dengan saldo rata-rata nasabah.
 - (3) Penentuan porsi bagi hasil tabungan syariah ditentukan oleh manajemen atau ALCO.

¹² Adiwarmarman Karim, *op.cit.*, h. 359.

¹³ Asep Supyadillah, *loc. cit.*

¹⁴ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2007), h. 117.

¹⁵ Asep Supyadillah, *op. cit.*, h. 68.

b) Ketentuan pemberian bagi hasil tabungan syariah adalah sebagai berikut:

- (1) Pemberian bagi hasil berdasarkan nisbah yang sudah disetujui antara bank syariah dengan nasabah.
- (2) Bagi hasil diserahkan khusus untuk pemilik rekening tabungan syariah dengan prinsip *mudharabah*.
- (3) Bagi hasil dibayarkan berdasarkan saldo rata-rata bulan yang bersangkutan dan dikreditkan ke rekening pada awal bulan.

c) Perubahan porsi bagi hasil diatur sebagai berikut:

- (1) Perubahan porsi harus diinformasikan kepada nasabah minimal melalui papan pengumuman di kantor bank syariah.
- (2) Tanpa adanya konfirmasi penolakan pemberlakuan porsi baru secara tertulis dari nasabah, maka nasabah dianggap menyepakati porsi baru dimaksud.

Tabungan *mudharabah* diperuntukkan untuk memenuhi keinginan nasabah yang ingin memperoleh keuntungan. Dengan menggunakan akad *mudharabah* nasabah akan memperoleh keuntungan, besarnya keuntungan ditentukan oleh nisbah sesuai perjanjian di awal. Tetapi apabila bank selaku *mudharib* mengalami kerugian, nasabah juga akan menanggung resiko kehilangan modal. Dengan menawarkan produk tabungan

mudharabah bank memiliki peluang untuk memperoleh nisbah dan menanggung risiko dari penyaluran dana (*lending*) berupa¹⁶:

- a) Terbentuknya *side streaming*, ialah pemakaian dana oleh nasabah selaku *mudharib* di luar perjanjian.
- b) Ketidakjujuran nasabah dalam melaporkan laporan keuangan laba rugi. Hal ini membuat keuntungan bank tidak ada atau kurang dari yang diperjanjikan.
- c) Terdapat kesalahan dari kelalaian nasabah atau kesalahan yang disengaja.

Dalam Pasal 5 PBI No. 7/46/PBI/2005, aktivitas penghimpunan dana dalam bentuk tabungan *mudharabah* berlaku persyaratan diantaranya¹⁷:

- a) Bank selaku pengelola dana (*mudharib*) serta nasabah selaku pemilik dana (*shahibul mal*).
- b) Dana disetorkan kepada bank dalam jumlah nominal.
- c) Pemberian keuntungan dari pengelolaan dana disebutkan dalam bentuk nisbah.
- d) Dalam akad tabungan berdasarkan *mudharabah*, nasabah diwajibkan untuk berinvestasi dengan jumlah minimum yang ditentukan oleh bank dan tidak dapat ditarik oleh nasabah kecuali dengan penutupan penutupan rekening.

¹⁶ Abdul Ghofur Anshori, *op. cit.*, h. 92.

¹⁷ Peraturan Bank Indonesia, *loc. cit.*

- e) Nasabah tidak diperbolehkan melakukan penarikan dana di luar kesepakatan.
- f) Biaya operasional tabungan atau deposito akan ditanggung oleh bank selaku *mudharib* dengan memanfaatkan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- g) Bank tidak diperbolehkan untuk mengurangi nisbah tanpa persetujuan dari nasabah yang bersangkutan.
- h) Bank tidak menjaminkan dana nasabah, kecuali ditentukan lain dalam perundang-undangan yang berlaku.

e. Keuntungan Menabung di Bank Syariah

Keuntungan yang diperoleh nasabah dengan menabung di Bank Syariah, antara lain¹⁸:

- 1) Aman, dimana bank dapat memastikan bahwa dana disimpan dengan aman, tidak dapat dicuri ataupun berantakan.
- 2) Terjamin, karena simpanan terjamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) berdasarkan peraturan yang berlaku.
- 3) Realisasi bagi hasil bisa dijadikan indikator sebagai *early warning system* bagi nasabah yang mencerminkan kinerja bank.
- 4) Praktis, karena bank memberikan layanan perbankan 24 jam untuk kemudahan para nasabahnya, seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *SMS banking*, *mobile banking*, *internet banking*, *phone banking*, dan *call center*.

¹⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *op. cit.*, h. 97-98.

- 5) Hemat, karena memiliki kebiasaan menabung sehingga dapat menghindari berperilaku boros.
- 6) Produktif, karena dana yang dikumpul dapat mengangkat sektor ekonomi berkat pengelolaan yang dipercayakan kepada bank.
- 7) Berkembang, dengan menggunakan tabungan *mudhrabah* akan mendapatkan nisbah.
- 8) Bagi hasil bersifat *transparent*, karena dapat diketahui nasabah.
- 9) Prinsip dan sistem yang berlaku bebas riba, spekulasi, dan segala sesuatu yang bertentangan dengan syariah.

2. Keputusan Penggunaan

a. Pengertian Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan adalah segala hal yang wajib dipikirkan pada saat membeli atau menggunakan suatu produk ataupun jasa tertentu. Keputusan penggunaan sama halnya dengan keputusan pembelian. Karena sesudah seseorang melakukan pembelian produk selanjutnya produk tersebut akan digunakan dan dipakai sesuai dengan keperluan.¹⁹

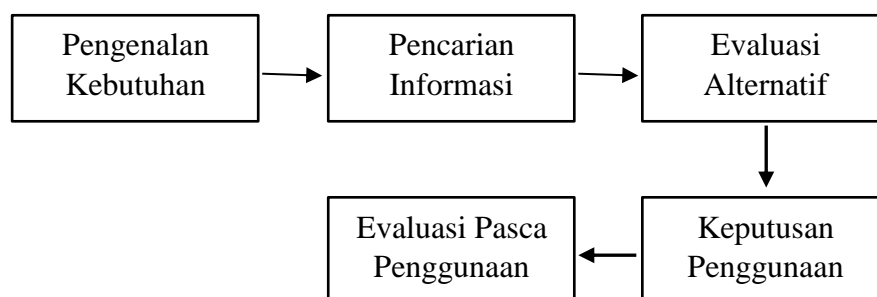
Keputusan pembelian lebih terarah pada proses pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Proses pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan pemecahan masalah. Proses pengambilan keputusan

¹⁹ Rizki Azhari, "Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan, Hubungan Masyarakat Dan Pemasaran Langsung iB Hasanah Card Terhadap Keputusan Penggunaan iB Hasanah Card Pada Nasabah Bank BNI Syariah", *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), h. 44.

memiliki lima fase: analisis kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi dan pemilihan penggunaan alternatif, serta keputusan penggunaan dan perilaku pasca penggunaan.²⁰

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan penggunaan atau sering disebut dengan keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen yang membeli dan menggunakan produk, sedangkan produsen harus menerapkan strategi yang berbeda supaya para konsumen tertarik untuk melakukan pembelian dan menggunakan produknya dalam jangka panjang.

Gambar 2.1
Tahapan Proses Pengambilan Keputusan



Sumber: Mowen dan Minor, 2002. Data diolah 2021

²⁰ Aprizal, *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Celebes Media Perkasa, 2018), h. 23.

b. Tahapan Pengambilan Keputusan

Saat melakukan proses pengambilan keputusan saat membeli produk, ada solusi untuk masalah harga. Yang terdiri dari lima tahap, diantaranya:

1) Pengenalan Kebutuhan

Pada tahap pertama konsumen mulai merasakan adanya suatu kebutuhan atau keinginan yang harus dipenuhi. Proses ini bisa timbul dari diri sendiri ataupun orang sekitar, seperti keluarga, kerabat, teman, ataupun lingkungan sekitar.

2) Pencarian Informasi

Pada tahap ini konsumen mulai mencari lebih banyak informasi mengenai suatu produk yang akan dibeli atau digunakan. Biasanya informasi tersebut didapat dari pengalaman pribadi, orang terdekat (keluarga, teman, atau kenalan), dan dapat pula melalui jalur media seperti iklan.

3) Evaluasi Alternatif

Setelah mendapatkan informasi, tahap selanjutnya ialah evaluasi alternatif dimana konsumen mengevaluasi produk mana yang akan dibeli.

4) Keputusan Penggunaan

Pada tahap ini konsumen melakukan pembelian suatu produk dengan mengacu pada informasi dan hasil evaluasi.

5) Evaluasi Pasca Penggunaan

Tahap terakhir adalah penilaian konsumen untuk mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli suatu produk berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan.²¹

3. Teori AIDA

Model AIDA pertama kali diperkenalkan oleh E. St. Elmo Lewis pada tahun 1898 yang merupakan ahli pemasaran dan periklanan dari Amerika Serikat. AIDA sendiri berarti *Attention, Interest, Desire* dan *Action*. Konsep AIDA merupakan fase reaksi konsumen dalam pengambilan keputusan. Biasanya AIDA digunakan untuk memasarkan suatu produk karena prinsip-prinsipnya yang sederhana namun bernilai sehingga dapat dijadikan bahan supaya konsumen tertarik.²²

Menurut Wijaya, AIDA merupakan langkah yang dilakukan konsumen setelah melihat iklan.²³ Menurut Kotler, teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) adalah pesan untuk menarik perhatian, jadi ketertarikan, berlanjut kepada minat, dan berakhir mengambil suatu tindakan pembelian. Menurut Tjetjep Djatnika, teori AIDA adalah

²¹ Fitriani Sinaga, "Faktor-Fkator Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Peerbankan Syariah", *Skripsi Fakultas Agama Islam*, (Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta), h. 14.

²² Cut Devi Maulidasari dan Yusnaldi, "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Bank Aceh Melalui Pendekatan Teori AIDA", dalam *Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, Vol. 2 No. 2, 2018, h. 17.

²³ Diah Syafita Johar, *et. al.*, "Pengaruh AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Terhadap Efektivitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko *Online Adorable Project*)", dalam *Administrasi Bisnis*, Vol. 26, No. 1, 2015, h. 5.

keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen atau pembeli.²⁴

Dalam membuat iklan yang baik, sangat penting untuk menggunakan elemen penting yang disebut AIDA, yang terdiri dari:

a. Attention (perhatian)

Attention merupakan pesan yang disampaikan dalam iklan agar dapat menarik perhatian khalayak sasaran. Dalam *attention* terdapat tiga unsur, yaitu²⁵:

- 1) Harus bermakna (*meaningful*), menjelaskan kelebihan dari produk agar lebih bermakna dan lebih diminati atau menarik konsumen.
- 2) Pesan harus dapat dipercaya (*believable*), dimana hal ini dapat membuat konsumen percaya kalau produk yang ditawarkan akan memberikan keuntungan sesuai pesan yang diperjanjikan.
- 3) *Distinctive*, menyatakan pesan iklan lebih unggul daripada iklan dari pesaing.

b. Interest (ketertarikan/minat)

Interest yaitu adanya ketertarikan atau minat konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Dimana pada tahap ini terjadinya ketertarikan konsumen akan produk yang ditawarkan dengan cara menjelaskan fitur

²⁴ Tjetjep Djatnika, *Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 204.

²⁵ Renald Kasali, *Manajemen Periklanan: Konsep Dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Pusaka Grafiti, 2005), Cet. 4, h. 83.

serta *benefit* yang akan didapatkan, sehingga konsumen merasa ingin memiliki produk tersebut.²⁶

Interest meliputi efektifitas media yang digunakan, kejelasan pesan, dan persepsi konsumen terhadap produk setelah melihat iklan.

c. *Desire* (keinginan)

Desire adalah tahap dimana konsumen mulai mempunyai keinginan akan produk setelah menemukan informasi mengenai produk atau informasi tambahan yang berhubungan dengan pesan iklan²⁷. Pada tahap ini konsumen mulai memiliki keinginan pada produk yang ditawarkan dan menimbulkan keraguan, mengenai apakah produk yang ditawarkan memberikan sesuatu yang dijanjikan pada promosinya atau tidak.

Dengan kata lain, *desire* adalah cara agar iklan mampu menggerakkan keinginan konsumen untuk mempunyai serta menggunakan produk. Indikator-indikator *desire* meliputi informasi keunggulan produk, membangkitkan keinginan menggunakan produk, dan menampilkan alasan menggunakan.²⁸

²⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, dialih bahasakan oleh Bob Sabran, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), Jilid 1, edisi 13, h. 178.

²⁷ Renald Kasali, *op. cit.*, h. 85.

²⁸ Fitrohmana Shofian, "Efektivitas Media *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA) Dalam *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Djarum (Djarum Super)", *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, (Semarang: Universitas Dian Nuswantoro, 2015).

d. *Action* (tindakan)

Yang terakhir yaitu *action* guna meyakinkan calon konsumen untuk melakukan pembelian atau bagian dari itu sesegera mungkin.²⁹ Tanggapan seseorang terhadap produk baru, yaitu menerima atau menolak. Sikap seorang menerima produk baru ialah mencari informasi terbaru mengenai produk, menggunakan produk secara teratur, dan meneruskan penggunaan dimasa mendatang.³⁰

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Hasil penelitian yang relevan akan membantu peneliti untuk melakukan penelitiannya dan juga dapat mendukung atau menyangkal salah satu hasil penelitian sebelumnya sebagai cara untuk membandingkan temuan peneliti.

Sebagai tolak ukur penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memasukkan beberapa penelitian terdahulu, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hafidhuddin.³¹ Dengan judul “‘Efektivitas Iklan Pada Media Cetak Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan IB Hasanah Card BNI Syariah’ (Suatu Pendekatan Konsep “AIDA”)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas periklanan berdasarkan konsep AIDA yang berpengaruh paling dominan terhadap

²⁹ Renald Kasali, *op.cit.*, h. 86.

³⁰ Nadia Naomi, “Analisis Perilaku Konsumen Produk Ramah Lingkungan Pada Remaja: Aplikasi Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)”, *Skripsi Fakultas Ekonomi Manusia*, (Bogor: Universitas Pertanian Bogor, 2011), h. 14.

³¹ Hafidhuddin, “Efektivitas Iklan Pada Media Cetak Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan IB Hasanah Card BNI Syariah”, *Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015).

pengambilan keputusan tersebut dengan jumlah sampel 75. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *attention* dan variabel *action* berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan iB Hasanah Card. Di sisi lain variabel *interest* dan variabel *desire* tidak memiliki pengaruh terhadap terhadap keputusan masyarakat menggunakan iB Hasanah Card.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti, *et.al.*³² Dengan judul “Analisis Komparasi Pengaruh Model AIDA Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Cicilan Emas Pada Dua Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor Model AIDA yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk cicilan emas antara Bank Syariah Mandiri Cabang Mayestik dan Cabang Kebun Jeruk dengan jumlah sampel 77. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kantor cabang Mayestik berpengaruh signifikan model AIDA terhadap keputusan penggunaan produk cicilan emas. Sedangkan pada kantor cabang Kebun Jeruk tidak memiliki pengaruh yang signifikan model AIDA terhadap keputusan penggunaan produk cicilan emas.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Nurmin Arianto.³³ Dengan judul “Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebouy (Studi Kasus Pada Warga Depok – Jawa Barat)”. Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui berapa besar pengaruh iklan berdasarkan

³² Damayanti, *et.al.*, “Analisis Komperasi Pengaruh Model AIDA Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Cicilan Emas Pada Dua Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri”, dalam *Riset Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 9, No. 2. 2020.

³³ Nurmin Arianto, “Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebouy (Studi Kasus Pada Warga Depok – Jawa Barat)” dalam *Liquidity*, Vol. 8, No. 2. 2019.

konsep AIDA yang dilakukan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sabun mandi Lifebouy pada warga Depok, dan (2) untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun mandi Lifebouy pada warga Depok berdasarkan konsep AIDA dengan jumlah sampel 100. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh iklan berdasarkan konsep AIDA terhadap keputusan pembelian sabun mandi Lifebouy pada warga Depok secara bersama-sama.

4. Penelitian yang dilakukan oleh R. Neny Kusumadewi.³⁴ Dengan judul “Pengaruh Periklanan Komersil Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Radio Radika 100,3 FM Majalengka”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana periklanan komersil berdasarkan konsep AIDA (*attention, interest, desire, dan action*) dan keputusan pembelian, seberapa besar pengaruh periklanan komersil berdasarkan konsep AIDA (*attention, interest, desire dan action*) terhadap keputusan pembelian pada media radio RADIKA 100,3 FM Majalengka dengan jumlah sampel 100. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian statistik Periklanan Komersil dengan konsep AIDA (*attention, interest, desire, dan action*) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada media radio RADIKA 100,3 FM Majalengka.

³⁴R. Neny Kusumadewi, “Pengaruh Periklanan Komersil Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Radio RADIKA 100,3 FM Majalengka”, dalam *Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 2. 2015.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Yunita Risma Rusmasari, *et.al.*³⁵ Dengan judul “Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Tiket Asian Games Tahun 2018 Di Kota Palembang”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari variabel iklan berdasarkan konsep AIDA terhadap variabel keputusan pembelian dalam membeli tiket Asian Games 2018 di Kota Palembang dengan jumlah sampel 100. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *interest* dan *action* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembelian tiket Asian Games 2018 di Palembang, sedangkan variabel *attention* dan *desire* tidak berpengaruh.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Mahdalena.³⁶ Dengan judul “Pengaruh Penerapan AIDA Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Restoran Wong Solo Cabang Jambi”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), minat (*desire*) dan tindakan (*action*) terhadap keputusan pembelian dan untuk menganalisis variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan pada restoran Wong Solo cabang Jambi dengan jumlah sampel 100. Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya variabel Perhatian (*Attention*), Minat (*Desire*), Tindakan (*Action*) yang

³⁵ Yunita Risma Rusmasari, *et.al.*, “Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Tiket Asian Games Tahun 2018 Di Kota Palembang”, dalam *Ilmiah Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2. 2020.

³⁶ Mahdalena, “Pengaruh Penerapan AIDA Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Restoran Wong Solo Cabang Jambi”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Jambi: UIN Sulthan Thaha Sifuddin, 2018).

berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel ketertarikan (*interest*) tidak berpengaruh.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Khomariyah.³⁷ Dengan judul “Pengaruh *Advertising* Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Merk SimPATI”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas, seperti: *attention, interest, desire and action*, terhadap keputusan konsumen untuk membeli SimPATI kartu seluler, serta untuk mengetahui pengaruh variabel yang paling dominan berdasarkan konsep AIDA terhadap keputusan konsumen dalam membeli kartu seluler SimPATI dengan jumlah sampel 100. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas seperti: *attention, interest, desire and action* mempengaruhi variabel pesanan pembelian.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Nina Andriyani.³⁸ Dengan judul “Pengaruh Penggunaan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Pada Iklan *Online* di Media Sosial *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* oleh Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin”. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh penggunaan metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) pada iklan *online* di media sosial *instagram* terhadap pembelian produk *fashion* oleh

³⁷ Siti Khomariyah, “Pengaruh *Advertising* Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Merk SimPATI”, dalam *Dinamika Administrasi Bisnis*, Vol. 1, No. 1. 2015. h. 1-6.

³⁸ Nina Andriyani, “Pengaruh Penggunaan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Pada Iklan *Online* di Media Sosial *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* oleh Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin”, *Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam*, (Banjarmasin: UIN Antasari Banjarmasin, 2017).

mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin dan untuk mengetahui variabel yang memberikan kontribusi terbesar dalam terciptanya keputusan pembelian dengan jumlah sampel 96. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *attention* dan *desire* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel *interest*, dan *action* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *desire* mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Fatmawati.³⁹ Dengan judul “Pengaruh Iklan Model AIDA (*attention, interest, desire, action*) Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FISIP UNISKA MAB”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan model AIDA (*attention, interest, desire, action*) Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FISIP UNISKA MAB dengan jumlah sampel 55. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel AIDA secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian, secara parsial hanya variabel *desire* yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

³⁹ Sri Fatmawati, “Pengaruh Iklan Model AIDA (*attention, interest, desire, action*) Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FISIP UNISKA MAB”, *Thesis Undergraduate*, (Kalimantan: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 2019).

10. Penelitian yang dilakukan oleh Danny Rahmadanny.⁴⁰ Dengan judul “Implementasi Model AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Hijab (Studi Kasus di Toko Idola Pasar Depok Jaya)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh model AIDA terhadap keputusan pembelian hijab di toko Idola Pasar Depok Jaya dengan jumlah responden 100. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *attention* dan *action* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel *interest* dan *desire* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 2.2
Tabel Penelitian Relevan

| No | Nama Penelitian (Tahun) | Judul Penelitian | Metode Penelitian | | Hasil Penelitian |
|----|-------------------------|---|--|---|--|
| | | | Persamaan | Perbedaan | |
| 1 | Hafidhuddin | Efektivitas Iklan Pada Media Cetak Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan IB Hasanah Card BNI Syariah (Suatu | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen: AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) • Variabel dependen: keputusan menggunakan | <ul style="list-style-type: none"> • Objek Penelitian: IB Hasanah Card BNI Syariah • Periode penelitian: tahun 2015 • Sampel penelitian: | <p>Parsial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>attention</i> dan <i>action</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan iB Hasanah Card. • Di sisi lain, variabel <i>interest</i> dan <i>desire</i> tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan |

⁴⁰ Danny Rahmadanny, “Implementasi Model AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Hijab (Studi Kasus di Toko Idola Pasar Depok Jaya)”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, 2019).

| | | | | | |
|---|--------------------------|---|--|--|---|
| | | Pendekatan Konsep “AIDA”) | <ul style="list-style-type: none"> • Alat uji hipotesis: analisis regresi berganda | 75 responden | <p>masyarakat menggunakan iB Hasanah Card.</p> <p>Simultan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat pengaruh yang signifikan variabel <i>attention</i>, <i>interest</i>, <i>desire</i> dan <i>action</i> secara bersama-sama terhadap keputusan masyarakat menggunakan iB Hasanah Card. |
| 2 | Damayanti, <i>et.al.</i> | Analisis Komparasi Pengaruh Model AIDA Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Cicilan Emas Pada Dua Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen: AIDA (<i>attention</i>, <i>interest</i>, <i>desire</i>, <i>action</i>) • Variabel dependen: keputusan menggunakan • Alat uji hipotesis: uji F dan analisis regresi berganda | <ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian: produk cicilan emas • Periode penelitian: tahun 2020 • Populasi penelitian: 2 kantor cabang • Sampel penelitian: 77 responden | <p>Parsial: Tidak ada</p> <p>Simultan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pada kantor cabang Mayestik faktor model AIDA secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan produk cicilan emas. • Sedangkan pada kantor cabang Kebun Jeruk faktor model AIDA secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan produk cicilan emas. |
| 3 | Nurmin Arianto | Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen: AIDA (<i>attention</i>, | <ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian: sabun mandi | <p>Parsial: Variabel <i>attention</i>, <i>interest</i>, dan <i>desire</i> berpengaruh signifikan</p> |

| | | | | | |
|---|--------------------|---|--|--|---|
| | | <p>Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebouy (Studi Kasus Pada Warga Depok – Jawa Barat)</p> | <p><i>Interest, desire, action)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen: Keputusan pembelian • Alat uji hipotesis: uji T, uji F, dan analisis regresi berganda | <p>Lifebouy pada warga Depok</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periode penelitian: tahun 2019 • Sampel penelitian: 100 konsumen | <p>terhadap keputusan pembelian.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>action</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. • Variabel <i>desire</i> paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. <p>Simultan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat pengaruh iklan berdasarkan konsep AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama. |
| 4 | R. Neny Kusumadewi | <p>Pengaruh Periklanan Komersil Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Radio RADIKA 100,3 FM Majalengka</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen: AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) • Variabel dependen: keputusan pembelian • Alat uji hipotesis: uji T, uji | <ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian: Media Radio RADIKA 100,3 FM Majalengka • Periode penelitian: tahun 2015 • Populasi penelitian: | <p>Parsial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periklanan komersil dengan konsep AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) pada Media Radio RADIKA 100,3 FM Majalengka terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian <p>Simultan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>attention, interest, desire, action</i> secara simultan mempunyai pengaruh |

| | | | | | |
|---|---------------------------------------|---|---|--|---|
| | | | F, dan analisis regresi berganda | pendengar radio RADIKA 100,3 FM di wilayah Majalengka • Sampel penelitian: 100 responden | signifikan terhadap keputusan pembelian. |
| 5 | Yunita Risma Rusmasari, <i>et.al.</i> | Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Tiket Asian Games Tahun 2018 Di Kota Palembang | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen: AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) • Variabel dependen: keputusan pembelian • Alat uji hipotesis: uji T, uji F, dan analisis regresi berganda | <ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian: konsumen tiket Asian Games 2018 di kota Palembang • Periode penelitian: tahun 2018 • Populasi penelitian: masyarakat kota Palembang yang menonton Asian Games 2018 | <p>Parsial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>attention</i> dan <i>desire</i> tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. • Di sisi lain variabel <i>interest</i> dan <i>action</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. <p>Simultan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>attention, interest, desire, action</i> berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. |

| | | | | | |
|---|-----------------|---|---|---|---|
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Sampel penelitian: 100 responden | |
| 6 | Mahdalena | <p>Pengaruh Penerapan AIDA Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Restoran Wong Solo Cabang Jambi</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen: AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) • Variabel dependen: keputusan pembelian • Alat uji hipotesis: uji T, uji F, dan analisis regresi berganda | <ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian: pelanggan restoran wong Solo cabang Jambi • Periode penelitian: tahun 2018 • Populasi penelitian: wilayah restoran wong Solo cabang Jambi • Sampel penelitian: 100 responden | <p>Parsial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>attention, desire, action</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. • Variabel <i>interest</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. • Variabel <i>action</i> paling dominan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. <p>Simultan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>attention, interest, desire, action</i> secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. |
| 7 | Siti Khomariyah | <p>Pengaruh <i>Advertising</i> Dengan Konsep AIDA Terhadap</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen: AIDA (<i>attention, interest,</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian: pengguna kartu perdana | <p>Parsial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. |

| | | | | | |
|---|----------------|---|---|---|---|
| | | Keputusan Pembelian Kartu Perdana Merk SimPATI | <p><i>desire, action</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen: keputusan pembelian • Alat uji hipotesis: uji T, uji F, dan analisis regresi berganda | <p>merk simPATI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periode penelitian: tahun 2015 • Populasi penelitian: seluruh jajaran karyawan, dosen, mahasiswa dan mahasiswi di universitas 17 Agustus 1945 Surabaya • Sampel penelitian: 100 responden | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>action</i> merupakan variabel yang paling dominan. <p>Simultan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. |
| 8 | Nina Andriyani | Pengaruh Penggunaan Metode AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>) Pada Iklan | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen: AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian: produk <i>fashion</i> • Periode penelitian: tahun 2017 | <p>Parsial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>attention</i> dan <i>desire</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. • Sedangkan variabel <i>interest</i> dan <i>action</i> tidak memiliki pengaruh |

| | | | | | |
|---|---------------|---|--|---|---|
| | | <p><i>Online</i> di Media Sosial <i>Instagram</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> oleh Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen: keputusan pembelian • Alat uji hipotesis: uji T, uji F, dan analisis regresi berganda | <ul style="list-style-type: none"> • Populasi penelitian: seluruh mahasiswa fakultas syariah dan ekonomi Islam angkatan 2013-2016 • Sampel penelitian: 96 responden | <p>signifikan terhadap keputusan pembelian.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>desire</i> paling dominan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. <p>Simultan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. |
| 9 | Sri Fatmawati | <p>Pengaruh Iklan Model AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FISIP UNISKA MAB</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen: AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) • Variabel dependen: keputusan pembelian • Alat uji hipotesis: uji T, uji F, dan analisis | <ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian: Shopee Indonesia • Periode penelitian: tahun 2019 • Populasi penelitian: mahasiswa FISIP universitas Islam Kalimantan | <p>Parsial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hanya variabel <i>desire</i> yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. • Sehingga variabel yang paling dominan ialah <i>desire</i> <p>Simultan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel AIDA secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian |

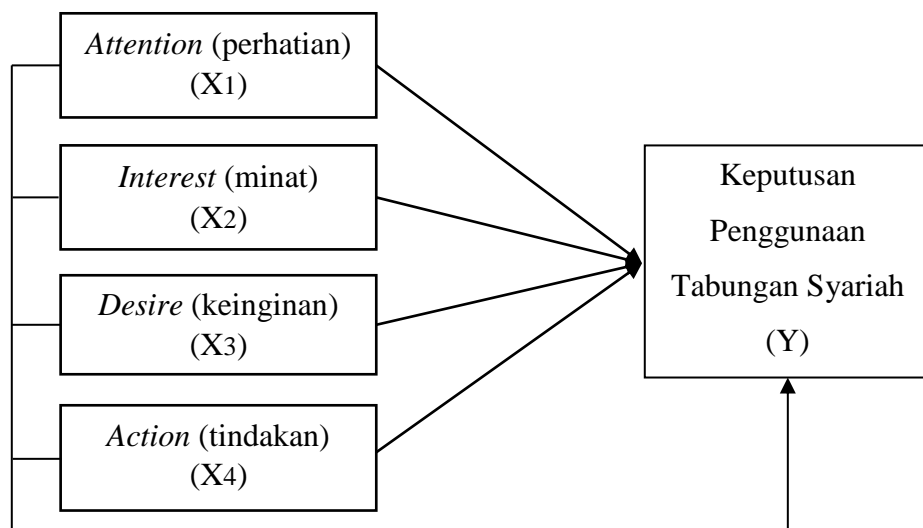
| | | | | | |
|----|-----------------------|---|--|---|---|
| | | | regresi berganda | Muhammad Arsyad Al Banjar angkatan 2014-2015 | |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Sampel penelitian: 50 responden | |
| 10 | Danny Rahmadan (2019) | Implementasi Model AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Hijab (Studi Kasus Di Toko Idola Pasar Depok Jaya) | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen: AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>) • Variabel dependen: keputusan pembelian | <ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian: Toko Idola Pasar Depok Jaya • Periode penelitian: tahun 2019 • Populasi penelitian: konsumen hijab di Toko Idola pasar Depok Jaya • Sampel penelitian: 100 responden | <p>Parsial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>attention</i> dan <i>action</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. • Sedangkan, variabel <i>interest</i> dan <i>desire</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. <p>Simultan: Tidak ada</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Teknik analisis: metode analisis PLS (<i>Partial Least Square</i>). | |
|--|--|--|--|---|--|

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah:

Gambar 2.2
Kerangka Berpikir



D. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dari rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Attention* (X1) terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah (Y)

Ho 1: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *attention* terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

Ha 1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *attention* terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

2. Pengaruh *Interest* (X2) terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah (Y)

Ho 2: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *interest* terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

Ha 2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *interest* terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

3. Pengaruh *Desire* (X3) terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah (Y)

Ho 3: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *desire* terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

Ha 3: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *desire* terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

4. Pengaruh *Action* (X4) terhadap keputusan penggunaan Tabungan syariah (Y).

Ho 4: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara action terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

Ha 4: Terdapat pengaruh yang signifikan antara action terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

5. Pengaruh *Attention, Interest, Desire*, dan *Action* terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

Ho 5: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Attention, Interest, Desire, Action* terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

Ha 5: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Attention, Interest, Desire*, dan *Action* terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin dicapai ialah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah *Attention* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.
2. Untuk menganalisis apakah *Interest* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.
3. Untuk menganalisis apakah *Desire* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.
4. Untuk menganalisis apakah *Action* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.
5. Untuk menganalisis apakah *Attention, Interest, Desire, dan Action* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Tabungan Syariah.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta yang beralamat di Jalan K. H. Ahmad Dahlan, Kel. Cireundeu, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih selama enam bulan yaitu dari bulan September 2021 sampai dengan bulan Maret 2022.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dimana metode penelitian kuantitatif ini sesuai dengan filsafat *positivisme* dalam meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis secara kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan.¹ Dalam penelitian ini, data diperoleh dari hasil data kuesioner yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ditentukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi mengenai penelitian dan menarik kesimpulan.² Berikut adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel Bebas (*independent variabel*)

Variabel bebas adalah pengaruh yang menjadi penyebab berubahnya atau munculnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah *Attention* (X₁), *Interest* (X₂), *Desire* (X₃), dan *Action* (X₄).

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), Cet. 23, h. 8

² Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Cet. 26, h. 2.

2. Variabel Terikat (*dependent variabel*)

Variabel terikat adalah pengaruh yang menjadi akibat, sebab terdapatnya variabel bebas. Pada penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah keputusan penggunaan tabungan syariah (Y).

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi termasuk wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang berkualitas dan karakteristik sehingga mendapatkan kesimpulan dari sifat tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Oleh karena itu, populasi sering dikatakan sekumpulan orang, peristiwa, maupun objek dengan memperlihatkan karakteristik penelitian.³

Adapun populasi yang digunakan penelitian ini ialah Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020 baik yang sudah menggunakan Tabungan Syariah maupun yang belum menggunakan Tabungan Syariah.

Berikut adalah data populasi mahasiswa pada setiap program studi di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020:

³ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2016), Cet. 2, h. 190.

Tabel 3.1
Data Populasi Mahasiswa

| Angkatan Tahun | Program Studi | Jumlah Mahasiswa |
|-----------------------|--|-------------------------|
| 2018 | Pendidikan Agama Islam (PAI) | 129 |
| | Hukum Keluarga Islam (HKI/AS) | 11 |
| | Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) | 48 |
| | Perbankan Syariah (PS) | 46 |
| | Manajemen Zakat dan Wakaf (Mazawa/MZW) | 5 |
| | Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) | 13 |
| 2019 | Pendidikan Agama Islam (PAI) | 116 |
| | Hukum Keluarga Islam (HKI/AS) | 10 |
| | Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) | 41 |
| | Perbankan Syariah (PS) | 30 |
| | Manajemen Zakat dan Wakaf (Mazawa/MZW) | 9 |
| | Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) | 17 |
| 2020 | Pendidikan Agama Islam (PAI) | 106 |
| | Hukum Keluarga Islam (HKI/AS) | 12 |
| | Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) | 46 |
| | Perbankan Syariah (PS) | 20 |
| | Manajemen Zakat dan Wakaf (Mazawa/MZW) | 46 |
| | Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) | 25 |
| Total | | 730 Mahasiswa |

2. Sampel

Sampel ialah total dari karakteristik suatu populasi. Sampel yang didapat harus benar-benar representatif (mewakili).⁴ Jumlah sampel dapat ditentukan dengan perhitungan statistik, terutama dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang sudah diketahui jumlahnya, yaitu sebanyak 730 mahasiswa. Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam menentukan sampel penelitian ini ialah 10%.

Berdasarkan rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah⁵:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{730}{1 + (730 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{730}{1 + (730 \times 0,01)}$$

$$n = 87,95$$

Sehingga, sampel yang di dapat sebanyak 87,95 dan jika dibulatkan menjadi 90 sampel atau responden.

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

⁴ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), Cet. 1, h. 56.

⁵ Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), Cet. 1, h. 91.

e = kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir, sebagai misal adalah 5%. Batas kesalahan yang ditolerir ini untuk setiap populasi tidak sama, ada yang 1%, 5% atau 10%.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Non-Probability Sampling*, yakni teknik yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama untuk setiap elemen atau anggota populasi untuk dijadikan sampel.⁶

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan *sampel insidental (accidental sampling/convenience sampling)* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, jika orang tersebut dianggap sebagai sumber data yang sesuai.⁷ Metode ini dipilih karena mengingat keterbatasan waktu serta biaya dalam melaksanakan penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode khusus yang digunakan peneliti untuk mengungkapkan data dan fakta yang dibutuhkan.⁸ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut:

⁶ Nikolaus Duli, *op.cit.*, h. 63.

⁷ Nikolaus Duli, *ibid.*, h. 64.

⁸ Asep Saepul Hamdi, dan E. Bahruddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), Cet. 1, h. 49.

1. Kuesioner

Kuesioner termasuk teknik pengumpulan data dengan cara menyajikan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan kepada responden.⁹ Dimana jenis kuesioner yang digunakan ialah kuesioner tertutup dimana peneliti mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan yang harus dipilih oleh responden mengenai apa yang telah dilihat, dialami, dirasakan, dan dilakukan yang ditunjukkan dengan memberikan jawaban.

Dalam kuesioner ini peneliti menggunakan *skala likert*. *Skala likert* dapat dipakai untuk mengukur sikap, pendapatan, serta persepsi seseorang terhadap fenomena sosial.¹⁰ Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner menggunakan lima *options* atau pilihan jawaban. Adapun penilaian dari setiap opsi, sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

| Pernyataan | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Netral (N) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

⁹ Suryani dan Hendryadi, *op.cit.*, h. 173.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Cet. 19, h. 134.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan sarana pengumpulan data penelitian secara tidak langsung. Dokumentasi tersebut dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang.¹¹ Pada penelitian ini data didapatkan melalui dokumen-dokumen pendukung yang berhubungan dengan penelitian ini.

G. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian berfungsi untuk melakukan pengumpulan data agar lebih mudah dalam penyusunan dan memiliki hasil yang lebih maksimal, dalam hal ini berarti lebih tepat dan sistematis agar lebih mudah diolah.¹² Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner atau angket yang disebar melalui *google form*.

1. Kisi-kisi Instrument

Instrumen penelitian merupakan ukuran fenomena alam dan sosial yang dapat diamati. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.3
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

| Variabel | Indikator | Skala |
|---------------------------------|---|---------------|
| <i>Attention</i> (perhatian) | 1. Harus bermakna (<i>meaningful</i>) 2. Pesan dapat dipercaya (<i>believable</i>) | Likert |

¹¹ Sugiyono, *ibid.*, h. 240.

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 136.

| | | |
|-----------------------------------|--|---------------|
| (X1) | 3. Produk berbeda dari yang lain (<i>distinctive</i>) | |
| <i>Interest</i> (minat) (X2) | 1. Efektivitas Media yang digunakan 2. Persepsi konsumen 3. Kejelasan pesan | Likert |
| <i>Desire</i> (keinginan) (X3) | 1. Informasi keunggulan produk 2. Membangkitkan keinginan penggunaan 3. Alasan menggunakan produk | Likert |
| <i>Action</i> (tindakan) (X4) | 1. Mencari informasi produk 2. Menggunakan produk secara teratur 3. Meneruskan penggunaan | Likert |
| Keputusan Penggunaan (Y) | 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan penggunaan 5. Perilaku pasca penggunaan | Likert |

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan merupakan indikator yang menunjukkan bahwa alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang sedang diukur.¹³ Dengan kata lain, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner

¹³ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2017), Cet. 7, h. 132.

dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner.¹⁴

Untuk menentukan tingkat kehandalan atau validitas setiap instrumen dapat digunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{(N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2 - (N\Sigma Y)^2)\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi tiap item

X = skor butir soal

Y = skor total

N = banyaknya responden

ΣX = jumlah skor butir

ΣY = jumlah skor total

ΣX^2 = jumlah kuadrat tiap butir

ΣY^2 = jumlah kuadrat total

ΣXY = jumlah perkalian skor item

Jika validitasnya tinggi, data yang ada akan menunjukkan tidak adanya penyimpangan. Uji validitas pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 25, dengan dasar pengambilan keputusan:

¹⁴ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), h. 124.

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{table}$, maka butir pertanyaan atau variabel valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{table}$, maka butir pertanyaan atau variabel tidak valid

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa konsisten hasil pengukuran bila dilakukan dengan mengukur gejala yang sama dua kali atau lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama.

Tingkat reabilitas suatu konstruk atau variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan *cronbach alpha* $> 0,60$. Semakin dekat nilai *alphanya* ke-1, semakin dapat dipercaya nilai reabilitas datanya.¹⁵ Dalam penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrumen dengan rumus *Alpha Chonbach*:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir soal

$\sum \sigma^2$ = Jumlah ragam skor butir soal ke- i ($i= 1, 2 \dots m$)

σ^2 = Ragam skor total

¹⁵ Nikolaus Duli, *op.cit.*, h. 106.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah sarana dalam menganalisis data dengan tujuan pengolahan data untuk menjawab rumusan masalah.¹⁶ Menggunakan metode uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan hipotesis statistik.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ialah uji untuk melihat apakah nilai *residual* terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki nilai *residual* yang terdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P Plot, uji Chi Square, Skewness dan kurtosis atau uji Kolmogorov Smirnov. Tidak ada metode yang lebih baik atau lebih tepat.¹⁷

Uji histogram menentukan apakah data terdistribusi normal dengan membandingkan data *riil* dengan garis kurva yang terbentuk, jika data *riil* membentuk kurva cenderung tidak simetris terhadap mean (U), berarti berdistribusi tidak normal dan sebaliknya. Uji histogram ini lebih cocok untuk penelitian yang mempunyai jumlah data relatif besar daripada dalam jumlah kecil, karena interpretasinya dapat menyesatkan.

Uji normal *probability plot* lebih dapat diandalkan daripada uji histogram, karena uji ini membandingkan data *riil* dengan data

¹⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), h. 121.

¹⁷ Sunjoyo, *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Cet. 1, h. 39.

distribusi normal (otomatis oleh komputer) secara komulatif. Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika garis data *riil* mengikuti garis diagonal.¹⁸

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dari suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel independen, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen masih terganggu.

Alat statistik yang digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas menggunakan *variance inflation factor* (VIF), *korelasi pearson* antara variabel independen, atau melihat *eigenvalues* dan *condition index* (CI).

Dalam pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- 1) Melihat nilai *tolerance*
 - a) Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
 - b) Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

¹⁸ Danang Sunyoto, *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), Cet. 1, h. 128.

2) Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

- a) Jika nilai VIF < 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- b) Jika nilai VIF > 10 artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.¹⁹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa ketidaksamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat menggunakan metode *scatter plot* dengan memplot nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Uji heteroskedastisitas dikatakan baik apabila tidak menimbulkan pola tertentu, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.²⁰

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$). Secara sederhana, analisis regresi bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga tidak ada korelasi antara data observasi sebelumnya.

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak harus dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner dimana semua variabel diukur pada waktu yang bersamaan.

¹⁹ Nikolaus Duli, *op.cit.*, h. 120.

²⁰ Sunjoyo, *op. cit.*, h. 73.

Uji statistik yang umum digunakan meliputi uji Durbin-Watson, uji dengan *Run Test* dan jika data observasi di atas 100 data sebaiknya menggunakan uji *Lagrange Multiplier* atau *Godfrey*.²¹

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada dasarnya, hubungan pengaruh-mempengaruhi tidak sederhana seperti yang digunakan pada kasus regresi sederhana, namun seringkali suatu hal dipengaruhi secara bersama-sama oleh beberapa hal. Hubungan antara variabel terikat dengan beberapa variabel bebas atau yang dikenal dengan regresi linier berganda.²² Untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen berjumlah lebih dari satu terhadap variabel dependen dapat menggunakan Regresi linier berganda.²³

Rumus matematis untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 \dots\dots + b_nX_n$$

Atau secara lengkap dapat juga ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 \dots\dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y : penggunaan tabungan syariah

a : koefisien konstanta

b1, 2, 3, 4 : koefisien regresi

²¹ Sunjoyo, *loc. cit.*

²² Arif Pratisto, *Statistik Menjadi Mudah dengan SPSS 17*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), h. 107-108

²³ Suharyadi dan Purwanto, *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2019), h. 236.

X1, 2, 3, 4 : Variabel independen pertama, kedua, ketiga, keempat, dan seterusnya.

e : Standar *error*, artinya nilai variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam persamaan, biasanya diabaikan dalam perhitungan.

I. Hipotesis Statistik

1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t dipakai dalam melakukan pengukuran seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dalam menjalankan pengujian dengan mengamati nilai signifikan t pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 0,05 atau 5%). Analisis ini berdasarkan perbandingan antara nilai signifikan t dengan nilai signifikan 0,05, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika signifikansi $t < 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap dependen (H_0 ditolak, H_a diterima).
- b. Jika signifikansi $t > 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H_0 diterima, H_a ditolak).

2. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F juga dikenal sebagai uji ANOVA, atau *Analysist of Variance*. Menggunakan uji F mirip dengan uji t, yakni menganalisis perbedaan rata-rata atau nilai tengah suatu data. Namun perbedaannya hanya pada kelompok data, dan untuk uji F, kelompok yang diuji dapat terdiri dari dua kelompok atau lebih. Dalam perkembangannya, uji F paling sering digunakan untuk menganalisis rancangan percobaan (*Experimental Design*). Dalam analisis ini, selain menganalisis pengaruh kelompok, setiap perlakuan yang ada pada masing-masing kelompok tersebut dianalisis untuk melihat apakah ada perbedaan atau pengaruh pada uji F, nilai standar atau nilai F tabel untuk perbandingan.²⁴ Kriteria pengujian sebagai berikut:²⁵

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $signifikan < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $signifikan > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan dalam pengukuran besar persentase perubahan atau variasi variabel terikat dan dapat dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel bebas.

²⁴ Ali Baroroh, *Trik-trik Analisis Statistik dengan SPSS 15*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), h. 79.

²⁵ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistik 25)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 206-207.

Koefisiensi determinasi digunakan baik secara parsial (t) maupun secara bersama-sama (F). Hal ini menunjukkan reliabilitas model yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap pengaruh variabel terikat (Y) dari persamaan regresi yang dihasilkan. Nilai koefisien determinasi berkisar $0 \leq R^2 \leq 1$.

Jika koefisien determinasi mendekati 1, merupakan indikator yang menunjukkan semakin kuat pengaruh perubahan variabel bebas (X) terhadap perubahan variabel terikat (Y).²⁶

²⁶ Samsul Ma'arif, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Bandarajo Ungaran Kabupaten Semarang*, (Semarang: Universitas Semarang, 2013), h. 38-43.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta awalnya terdiri dari penggabungan tiga fakultas, yaitu Tarbiyah, Ushuluddin dan Syariah. Fakultas Tarbiyah berdiri sejak tahun 1962 dan memiliki satu jurusan yaitu Pendidikan Agama Islam (PAI) yang berlokasi di Jalan Kramat Raya No. 49 Jakarta Pusat. Fakultas ini memperoleh status **DIAKUI** untuk tingkat sarjana Muda dari pemerintah Republik Indonesia sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 55 Tahun 1966. Selain itu, di tahun 1985 perkuliahan tingkat doktoral memperoleh status **TERDAFTAR** menurut Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 73 Tahun 1985. Sejak tahun ajaran 1985/1986, Fakultas Tarbiyah menjalankan program Strata Satu (S.1) dan pada tahun 1991 memperoleh Status **DISAMAKAN** berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 19 Tahun 1991. Pada tahun 1992 perkuliahan diadakan di kampus utama Muhammadiyah Jakarta di Cireundeu, Ciputat.

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta (FAI UMJ) saat ini memiliki tujuh Program Studi, yaitu Program Studi Pendidikan Agama Islam, Program Studi Hukum Keluarga Islam (Akhwal al-Syakhshiyah), Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Program

Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Program Studi Manajemen Perbankan Syariah, Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah dan Program Studi Magister Studi Islam. Semua Prodi Telah Memperoleh Status **TERAKREDITASI** dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).⁷⁵

2. Visi dan Misi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta

a. Visi

Menjadikan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Terkemuka, Modern, dan Islami di Tahun 2025.

b. Misi

- 1) Mengembangkan studi-studi Islam yang unggul sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan era globalisasi.
- 2) Mengembangkan program penelitian dan pengabdian masyarakat yang dapat meningkatkan kesejahteraan umat.
- 3) Memantapkan landasan moral dan akhlak karimah dalam kehidupan mahasiswa dan alumni.
- 4) Memberikan kontribusi bidang SDM bagi kemajuan dan masa depan perserikatan Muhammadiyah khususnya dan bangsa pada umumnya.⁷⁶

⁷⁵ Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, “*Sejarah Singkat FAI UMF*”, diakses dari <http://fai.umj.ac.id/> pada tanggal 27 Desember 2021 Pukul 14:36.

⁷⁶ Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, “*Visi dan Misi FAI UMF*”, diakses dari <http://fai.umj.ac.id/visi-dan-misi/> pada tanggal 27 Desember 2021 Pukul 14:45.

3. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini membahas pengaruh *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* terhadap keputusan penggunaan tabungan syariah pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020. Hal ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* terhadap keputusan penggunaan tabungan syariah. Dalam penelitian ini diambil sebanyak 90 mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan Tahun 2018-2020 sebagai sampel penelitian dengan membagi 2 (dua) kriteria responden, yaitu: responden yang sudah menggunakan tabungan syariah dan responden yang belum menggunakan tabungan syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan *sampel insidental (accidental sampling/convenience sampling)*. Hasil penelitian ini akan disajikan dengan angka-angka dan kemudian angka tersebut akan diinterpretasikan dengan kata-kata yang mudah dipahami.

Pada penentuan sampel, responden dikarakteristik menurut jenis kelamin, program studi, tahun angkatan dan apakah responden pengguna tabungan syariah atau tidak. Dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25 dan Microsoft Excel. Oleh karena itulah uraian mengenai karakteristik responden dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

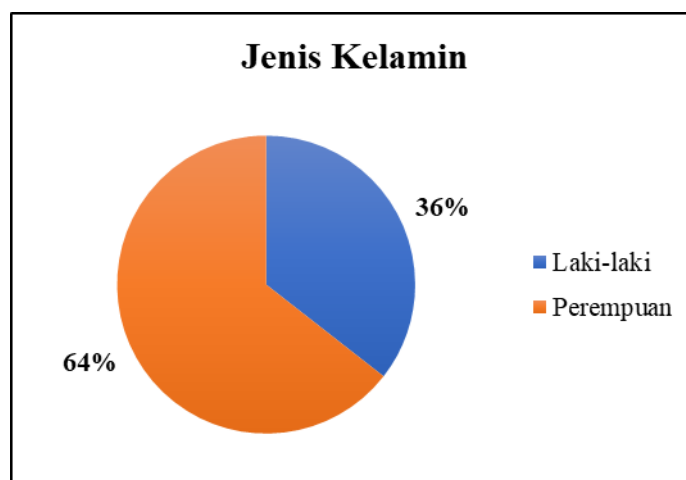
Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | | |
|---------------|-----------|---------|
| Keterangan | Frequency | Percent |
| Laki-laki | 32 | 36% |
| Perempuan | 58 | 64% |
| Total | 90 | 100% |

Sumber: Data Angket Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, hasil kuesioner yang disebarakan kepada 90 responden mahasiswa terdiri dari laki-laki sebanyak 32 orang (36%) dan perempuan sebanyak 58 orang (64%).

Grafik 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



b. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

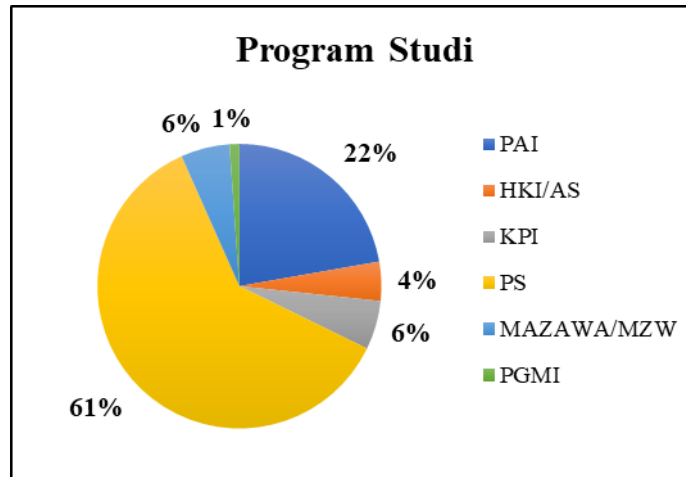
Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

| Program Studi | | |
|---|-----------|---------|
| Keterangan | Frequency | Percent |
| Pendidikan Agama Islam (PAI) | 20 | 22% |
| Hukum Keluarga Islam (HKI/AS) | 4 | 4% |
| Komunikasi Penyiaran Islam | 5 | 6% |
| Perbankan Syariah | 55 | 61% |
| Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA/MZW) | 5 | 6% |
| Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) | 1 | 1% |
| Total | 90 | 100% |

Sumber: Data Angket Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, hasil kuesioner yang disebarkan kepada 90 responden mahasiswa terdiri dari program studi Pendidikan Agama Islam (PAI) sebanyak 20 orang (22%), Hukum Keluarga Islam (HKI/AS) sebanyak 4 orang (4%), Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) sebanyak 5 orang (6%), Perbankan Syariah (PS) sebanyak 55 orang (61%), Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA/MZW) sebanyak 5 orang (6%), dan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) sebanyak 1 orang (1%).

Grafik 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi



c. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun

Karakteristik responden berdasarkan angkatan tahun yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

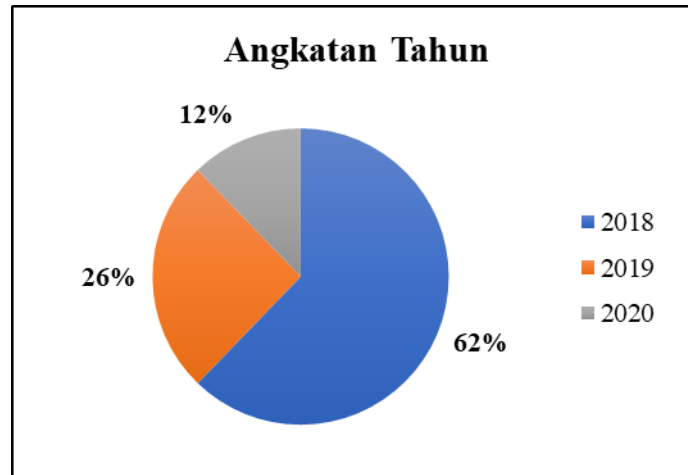
Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun

| Angkatan Tahun | | |
|----------------|-----------|---------|
| Keterangan | Frequency | Percent |
| 2018 | 56 | 62% |
| 2019 | 23 | 26% |
| 2020 | 11 | 12% |
| Total | 90 | 100% |

Sumber: Data Angket Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, hasil kuesioner yang disebarkan kepada 90 responden mahasiswa terdiri dari angkatan tahun 2018 sebanyak 56 orang (62%), angkatan tahun 2019 sebanyak 23 orang (26%), dan angkatan tahun 2020 sebanyak 11 orang (12%).

Grafik 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun



d. **Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Tabungan Syariah**

Karakteristik responden berdasarkan pengguna tabungan syariah yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

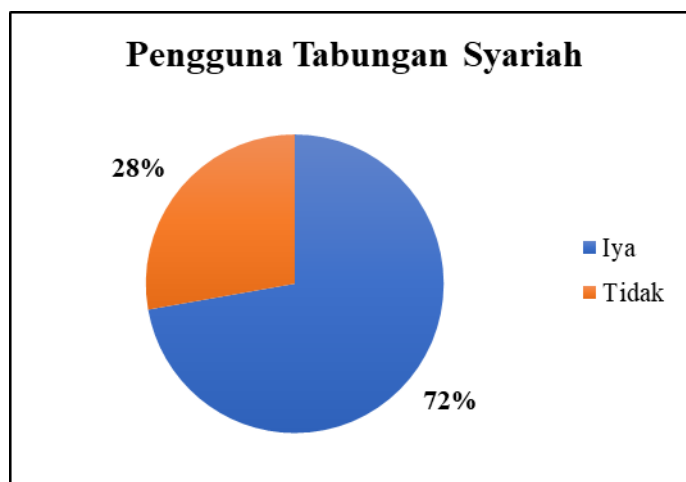
Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Tabungan Syariah

| Pengguna Tabungan Syariah | | |
|---------------------------|-----------|---------|
| Keterangan | Frequency | Percent |
| Iya | 65 | 72% |
| Tidak | 25 | 28% |
| Total | 90 | 100% |

Sumber: Data Angket Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, hasil kuesioner yang disebarkan kepada 90 responden mahasiswa terdiri dari pengguna tabungan syariah sebanyak 65 orang (72%), dan bukan pengguna tabungan syariah sebanyak 25 orang (28%).

Grafik 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Tabungan Syariah



B. Uji Persyaratan Analisis

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Instrumen dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner tersebut dapat menjelaskan sesuatu yang diukur oleh kuesioner itu sendiri. Dalam hal ini, membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen pernyataan dikatakan tidak valid. Berikut adalah hasil dari uji validitas:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Dari Variabel *Attention*

| Item | Rhitung | Rtabel | Kesimpulan |
|-------------|----------------|---------------|-------------------|
| X1.1 | 0,747 | 0,207 | Valid |
| X1.2 | 0,705 | 0,207 | Valid |
| X1.3 | 0,816 | 0,207 | Valid |
| X1.4 | 0,743 | 0,207 | Valid |

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, semua item pernyataan dalam variabel *Attention* (X_1) dapat dikatakan valid karena semua item pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel yaitu sebesar 0,207. sehingga item soal tersebut dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Dari Variabel *Interest*

| Item | Rhitung | Rtabel | Kesimpulan |
|-------------|----------------|---------------|-------------------|
| X2.1 | 0,709 | 0,207 | Valid |
| X2.2 | 0,762 | 0,207 | Valid |
| X2.3 | 0,740 | 0,207 | Valid |
| X2.4 | 0,703 | 0,207 | Valid |
| X2.5 | 0,773 | 0,207 | Valid |

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, semua item pernyataan dalam variabel *Interest* (X_2) dapat dikatakan valid karena semua item pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel yaitu sebesar 0,207. sehingga item soal tersebut dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Dari Variabel *Desire*

| Item | Rhitung | Rtabel | Kesimpulan |
|-------------|----------------|---------------|-------------------|
| X3.1 | 0,684 | 0,207 | Valid |
| X3.2 | 0,733 | 0,207 | Valid |
| X3.3 | 0,904 | 0,207 | Valid |
| X3.4 | 0,855 | 0,207 | Valid |
| X3.5 | 0,832 | 0,207 | Valid |

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, semua item pernyataan dalam variabel *Desire* (X_3) dapat dikatakan valid karena semua item pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel yaitu sebesar 0,207. sehingga Item soal tersebut dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Dari Variabel *Action*

| Item | Rhitung | Rtabel | Kesimpulan |
|-------------|----------------|---------------|-------------------|
| X4.1 | 0,446 | 0,207 | Valid |
| X4.2 | 0,726 | 0,207 | Valid |
| X4.3 | 0,637 | 0,207 | Valid |
| X4.4 | 0,755 | 0,207 | Valid |
| X4.5 | 0,750 | 0,207 | Valid |
| X4.6 | 0,842 | 0,207 | Valid |

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, semua item pernyataan dalam variabel *Action* (X_4) dapat dikatakan valid karena semua item pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel yaitu sebesar 0,207. sehingga item soal tersebut dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Dari Variabel Keputusan Penggunaan

| Item | Rhitung | Rtabel | Kesimpulan |
|-------------|----------------|---------------|-------------------|
| Y.1 | 0,779 | 0,207 | Valid |
| Y.2 | 0,751 | 0,207 | Valid |
| Y.3 | 0,680 | 0,207 | Valid |
| Y.4 | 0,583 | 0,207 | Valid |
| Y.5 | 0,770 | 0,207 | Valid |
| Y.6 | 0,628 | 0,207 | Valid |
| Y.7 | 0,705 | 0,207 | Valid |
| Y.8 | 0,738 | 0,207 | Valid |
| Y.9 | 0,658 | 0,207 | Valid |

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, semua item pernyataan dalam variabel Y (Keputusan Penggunaan) dapat dikatakan valid karena semua item pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel yaitu sebesar 0,207. sehingga item soal tersebut dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

2. Hasil Uji Reabilitas

Setelah semua item divalidasi, kemudian dilakukan pengecekan reliabilitas. bertujuan untuk mengetahui mengetahui sampai batas tertentu bahwa konsistensi hasil pengukuran yang relatif sama dengan penggunaan berulang alat ukur. Untuk mengevaluasi setiap item dalam pernyataan yang terpercaya, terlihat dari nilai *Cronbachs Alpha* dan memiliki nilai *Cronbachs Alpha* $>$ dari 0,60.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reabilitas

| Variabel | <i>Cronbachs Alpha</i> | Keterangan |
|----------------------|-------------------------------|-------------------|
| <i>Attention</i> | 0,743 | Reliabel |
| <i>Interest</i> | 0,790 | Reliabel |
| <i>Desire</i> | 0,859 | Reliabel |
| <i>Action</i> | 0,785 | Reliabel |
| Keputusan Penggunaan | 0,866 | Reliabel |

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan nilai *Cronbachs Alpha* pada variabel *attention* sebesar 0,743, *interest* sebesar 0,790, *desire* sebesar 0,859, *action* sebesar 0,785, dan keputusan penggunaan sebesar 0,866. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai *Cronbachs Alpha* > dari 0,60.

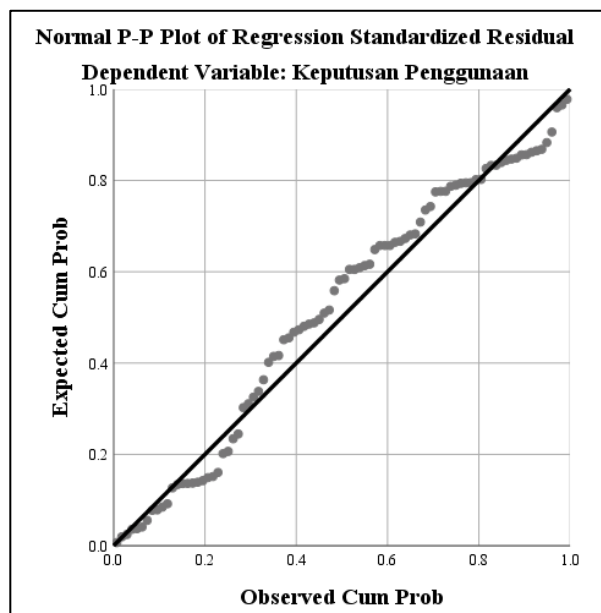
3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang akan diuji atau model regresi linier memiliki distribusi normal atau tidak memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas dilakukan dengan cara *Normal ProbabilityPlots*.

Berikut ini adalah hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 25, dapat dilihat dari gambar di bawah ini:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normal Probability Plots



Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Melihat gambar 4.1 di atas dari tampilan *output Normal Probability Plots of Regression Standardized Residual* dapat dikatakan bahwa residu berdistribusi normal, karena menunjukkan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi telah mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik sebaiknya tidak memiliki korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas pada persamaan regresi, perlu dilakukan pengecekan nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*,

dengan catatan nilai *Tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10, sehingga disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .960 | 2.702 | | .355 | .723 | | |
| | Attention | .161 | .238 | .064 | .674 | .502 | .419 | 2.388 |
| | Interest | .502 | .234 | .253 | 2.141 | .035 | .273 | 3.661 |
| | Desire | .069 | .177 | .038 | .389 | .699 | .400 | 2.501 |
| | Action | .841 | .153 | .538 | 5.495 | .000 | .399 | 2.509 |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen, karena syarat-syarat uji multikolinieritas sudah terpenuhi, yaitu nilai *Tolerance* pada masing-masing variabel bebas (independen) adalah lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*) kurang dari 10.

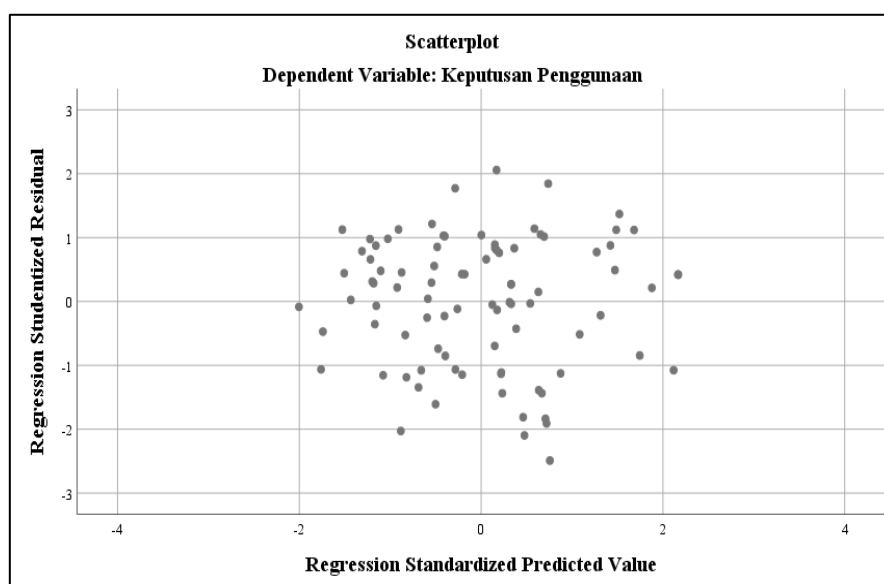
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan dalam model regresi ke yang lain. Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi

heteroskedastisitas, dengan ciri-ciri tidak ada pola yang jelas dan titik menyebar di atas dan bawah angka nol pada sumbu Y, tanpa membentuk pola tertentu. Untuk menguji heterokedastisitas dapat melakukan pengamatan pada grafik *scatterplot*.

Berikut ini adalah hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 25. Dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, karena terlihat pada penyebaran titik-titik tidak berpola, titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol).

d. Hasil Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear memiliki korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mendeteksi autokorelasi pada penelitian ini menggunakan Uji Durbin Watson (DW). Hasil perhitungannya ditampilkan pada tabel *output* SPSS 25 di bawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .822 ^a | .675 | .660 | 3.298 | 1.951 |

a. Predictors: (Constant), Action, Attention, Desire, Interest

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Keterangan:

$$n = 90$$

$$DW = 1.951$$

$$dL = 1.565$$

$$dU = 1.750$$

$$4 - dL = 4 - 1.565 = 2.435$$

$$4 - dU = 4 - 1.750 = 2.250$$

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (DW), yaitu 1.951 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai 5%. Jika $dU < DW < 4 - dU$ maka

hipotesis nol diterima, artinya tidak terdapat autokorelasi. Jumlah (n) 90 dan jumlah variabel independen (k) adalah 4 diperoleh nilai dL sebesar 1.565 dan nilai dU sebesar 1.750 dengan ini maka didapat $4 - dU$ ($4 - 1.750$) = 2.250 dan $4 - dL$ ($4 - 1.565$) = 2.435. Sehingga diperoleh kesimpulan nilai $dU < DW < 4 - dU = 1.750 < 1.951 < 2.250$ yang artinya tidak terdapat autokorelasi.

4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel terikat yaitu keputusan penggunaan dan variabel bebas yaitu *Attention, Interest, Desire, dan Action*. Analisis regresi linier berganda ini dalam pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25. Hasilnya ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .960 | 2.702 | | .355 | .723 |
| | Attention | .161 | .238 | .064 | .674 | .502 |
| | Interest | .502 | .234 | .253 | 2.141 | .035 |
| | Desire | .069 | .177 | .038 | .389 | .699 |
| | Action | .841 | .153 | .538 | 5.495 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas diketahui bahwa nilai *constant* (a) sebesar 0,960 sedangkan nilai koefisien regresi *attention* (X1) sebesar 0,161, nilai koefisien regresi *interest* (X2) sebesar 0,502, nilai koefisien regresi *desire* (X3) sebesar 0,069, dan nilai koefisien regresi *action* (X4) sebesar 0,841 dari output yang didapat, maka persamaan regresi linier bergana dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = 0,960 + 0,161X_1 + 0,502X_2 + 0,069X_3 + 0,841X_4$$

Hasil persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,960, menunjukkan bahwa tidak ada peningkatan dari variabel *attention* (X1), *interest* (X2), *desire* (X3), dan *action* (X4) dianggap sama dengan nol atau dianggap konstan maka keputusan penggunaan tidak akan meningkat.
- b. Koefisien regresi *attention* (X1) sebesar 0,161, artinya jika *attention* (X1) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka keputusan penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,161 atau 16,1%. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara *attention* dengan keputusan penggunaan. Jika *attention* meningkat maka keputusan penggunaan juga akan meningkat.
- c. Koefisien regresi *interest* (X2) sebesar 0,502, artinya jika *interest* (X2) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka keputusan penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,502 atau 50,2%. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara *interest* dengan

- keputusan penggunaan. Jika *interest* meningkat maka keputusan penggunaan juga akan meningkat.
- d. Koefisien regresi *desire* (X_3) sebesar 0,069, artinya jika *desire* (X_3) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka keputusan penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,069 atau 6,9%. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara *desire* dengan keputusan penggunaan. Jika *desire* meningkat maka keputusan penggunaan juga akan meningkat.
- e. Nilai koefisien regresi *action* (X_4) sebesar 0,841, artinya jika *action* (X_4) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka keputusan penggunaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,841 atau 84,1%. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara *action* dengan keputusan penggunaan. Jika *action* meningkat maka keputusan penggunaan juga akan meningkat.

C. Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas (*Attention, Interest, Desire, Dan Action*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan penggunaan).

Hasil uji t dapat dilihat pada *output coefficients* dari hasil uji analisis regresi linier berganda. Penelitian ini tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 0,05 : 2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan derajat

kebebasan (df) $n - k$ atau $90 - 4 = 86$ (n = jumlah responden, k = jumlah variabel bebas), sehingga didapat nilai untuk t tabel yakni sebesar 1,987.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a. Jika t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikan $t < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika t hitung $<$ t tabel dan nilai signifikan $t > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .960 | 2.702 | | .355 | .723 |
| | Attention | .161 | .238 | .064 | .674 | .502 |
| | Interest | .502 | .234 | .253 | 2.141 | .035 |
| | Desire | .069 | .177 | .038 | .389 | .699 |
| | Action | .841 | .153 | .538 | 5.495 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Hasil uji t untuk variabel *attention* (X1)

Berdasarkan analisis regresi uji t (parsial) variabel *attention* (X1) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,502 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,674 < t$ tabel 1,987. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak yang artinya variabel *attention* (X1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) tabungan syariah.

b. Hasil uji t untuk variabel *interest* (X2)

Berdasarkan analisis regresi uji t (parsial) variabel *interest* (X2) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,035 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,141 > t$ tabel 1,987. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima yang artinya variabel *interest* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) tabungan syariah.

c. Hasil uji t untuk variabel *desire* (X3)

Berdasarkan analisis regresi uji t (parsial) variabel *desire* (X3) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,699 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,389 < t$ tabel 1,987. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak yang artinya variabel *desire* (X3) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) tabungan syariah.

d. Hasil uji t untuk variabel *action* (X4)

Berdasarkan analisis regresi uji t (parsial) variabel *action* (X4) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,495 > t$ tabel 1,987. maka dapat disimpulkan bahwa H_{04} ditolak dan H_{a4}

diterima yang artinya variabel *action* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) tabungan syariah.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel *action* merupakan variabel yang memiliki t hitung terbesar daripada variabel independen lainnya yakni sebesar 5,495. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *action* merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen yaitu variabel *attention*, *interest*, *desire*, dan *action* terhadap variabel dependen yaitu keputusan penggunaan.

Hasil uji simultan (Uji F) sering dilihat pada *output ANOVA* dari hasil uji analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) dengan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel - 1) atau $5 - 1 = 4$, dan df 4 ($n - k - 1$) atau $90 - 4 - 1 = 85$ ($n =$ jumlah responden, $k =$ jumlah variabel bebas), sehingga didapat nilai untuk F tabel sebesar 2,48.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut:

- a. Jika F hitung $>$ F tabel dan signifikan $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $signifikan > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.15
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 1922.994 | 4 | 480.749 | 44.187 | .000 ^b |
| | Residual | 924.795 | 85 | 10.880 | | |
| | Total | 2847.789 | 89 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Action, Attention, Desire, Interest

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.14 *output* ANOVA di atas hasil uji F didapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 artinya nilai tersebut lebih kecil dari standar level signifikan yang telah ditetapkan sebesar 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $44,187 > F_{tabel} 2,48$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel *Attention* (X_1), *Interest* (X_2), *Desire* (X_3), dan *Action* (X_4) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) tabungan syariah.

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sebaik mana variabel terikat dijelaskan oleh total variabel bebas. Yang ukurannya adalah semakin R^2 maka garis regresi sampel semakin baik juga.

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .822 ^a | .675 | .660 | 3.298 | 1.951 |

a. Predictors: (Constant), Action, Attention, Desire, Interest

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 4.15 *output Summary* di atas, nilai *R Square* yaitu 0,675 hal ini berarti 67,5% dari variabel dependen atau keputusan penggunaan bisa dijelaskan oleh variabel independen atau *Attention, Interest, Desire*, dan *Action*. Sedangkan sisanya 32,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dapat dimasukkan dalam model penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Attention* Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) yang sudah dilakukan membuktikan bahwa *attention* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini bisa dilihat dari nilai signifikan (Sig.) sebesar $0,502 > 0,05$, dan nilai t hitung $0,674 < t$ tabel 1,987 yang

berarti H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak. Artinya semakin besar *attention* yang diberikan maka semakin besar juga keputusan penggunaan pada tabungan syariah, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Dalam hal ini indikator-indikator *attention* (X_1) seperti harus bermakna (*meaningful*), pesan dapat dipercaya (*believable*), dan produk berbeda dari yang lain (*distinctive*) tidak bisa digunakan sepenuhnya terhadap keputusan penggunaan. Sehingga *attention* pada penggunaan tabungan syariah memiliki pengaruh yang kurang baik dalam melakukan keputusan penggunaan. Disebabkan oleh pemasaran atau iklan Tabungan Syariah kurang mampu memberikan daya tarik bagi calon nasabah. Pada tahapan *attention* bank harus mampu menyusun pesan yang bermakna agar informasi yang diberikan menarik bagi masyarakat selaku calon nasabah, baik itu pembaca, pendengar, atau pemirsa. Pesan yang ditampilkan pada iklan harus mampu menjelaskan secara singkat mengenai tabungan syariah semenarik mungkin, informasinya jelas dan mudah dipahami sehingga dapat dipercaya oleh masyarakat. Dalam melakukan penawaran pada tabungan syariah harus bisa menjelaskan keunggulan dan perbedaan antara produknya dengan produk pesaing.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nina Andriyani pada tahun 2017, Hafidhuddin pada tahun 2015, Nurmin Arianto pada tahun 2019, Mahdalena pada tahun 2018, R. Neny Kusumadewi pada tahun 2015, dan Siti Khomariyah pada tahun 2015 yang menyatakan bahwa *attention*

berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan memiliki perbedaan pada objek penelitian dan jumlah responden. Namun sejalan dengan penelitian Yunita Risma Rusmasari, *et.al.*, pada tahun 2018 dan Danny Rahmadanny pada tahun 2019 yang membuktikan bahwa *attention* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh *Interest* Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) yang sudah dilakukan membuktikan bahwa *interest* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini bisa dilihat dari nilai signifikan (Sig.) sebesar $0,035 < 0,05$, dan nilai t hitung $2,141 > t$ tabel $1,987$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semakin besar *interest* yang diberikan, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan penggunaan pada tabungan syariah.

Dalam hal ini indikator-indikator *interest* seperti efektivitas media yang digunakan, persepsi konsumen, dan kejelasan pesan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan. Sehingga *interest* pada penggunaan tabungan syariah memiliki pengaruh yang baik dalam melakukan keputusan penggunaan. Dalam hal ini penawaran atau iklan tabungan syariah mampu menarik perhatian masyarakat terutama pada kalangan mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta. Artinya pada tahap ini efektivitas media yang digunakan dan kejelasan pesan dapat membuat konsumen tertarik. Sehingga meningkatkan persepsi konsumen akan produk untuk berminat membeli dan menggunakannya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nina Andriyani pada tahun 2017, Hafidhuddin pada tahun 2015, dan Mahdalena pada tahun 2018 yang menyatakan bahwa *interest* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan memiliki perbedaan objek penelitian dan jumlah responden. Namun sejalan dengan penelitian Nurmin Arianto pada tahun 2019, R. Neny Kusumadewi tahun 2015, Yunita Risma Rusmasari, *et.al.*, pada tahun 2018, Siti Khomariyah pada tahun 2015, dan Danny Rahmadanny pada tahun 2019 yang membuktikan bahwa *interest* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh *Desire* Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) yang sudah dilakukan membuktikan bahwa *desire* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini bisa dilihat dari nilai signifikan (Sig.) sebesar $0,699 > 0,05$, dan nilai t hitung $0,389 < t$ tabel 1,987 yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya semakin besar *desire* yang diberikan maka semakin besar juga keputusan penggunaan pada tabungan syariah, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Dalam hal ini indikator-indikator *desire* (X_3) seperti informasi keunggulan produk, membangkitkan keinginan penggunaan, dan alasan menggunakan produk tidak bisa digunakan sepenuhnya terhadap keputusan penggunaan. Sehingga *desire* pada penggunaan tabungan syariah memiliki pengaruh yang kurang baik dalam melakukan keputusan penggunaan.

Desire adalah tahap dimana iklan memunculkan keinginan konsumen untuk memiliki dan menggunakan produk yang diiklankan. Langkah yang digunakan yaitu dengan memberikan informasi keunggulan produk agar dapat memunculkan keinginan konsumen untuk memiliki dan menggunakan produk, sehingga tahap ini harus mampu memahami keinginan konsumen supaya mempunyai motivasi atau alasan untuk memiliki produk.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nina Andriyani pada tahun 2017, Nurmin Arianto pada tahun 2019, Mahdalena pada tahun 2018, Siti Khomariyah pada tahun 2015, Sri Fatmawati pada tahun 2019, dan Danny Rahmadanny pada tahun 2019 yang menyatakan bahwa *desire* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan memiliki perbedaan objek penelitian dan jumlah responden. Namun sejalan dengan penelitian Yunita Risma Rusmasari, *et.al.*, pada tahun 2018 yang membuktikan bahwa *desire* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh *Action* Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) yang sudah dilakukan membuktikan bahwa *action* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Hal ini bisa dilihat dari nilai signifikan (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t hitung $5,495 > t$ tabel 1,987 yang berarti H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Artinya semakin besar *action* yang diberikan, maka

semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan penggunaan pada tabungan syariah.

Dalam hal ini indikator-indikator *action* (X₄) seperti mencari informasi keunggulan produk, menggunakan produk secara teratur, dan meneruskan penggunaan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan. Sehingga *action* pada penggunaan tabungan syariah memiliki pengaruh yang baik dalam melakukan keputusan penggunaan. Dalam hal ini penawaran atau iklan tabungan syariah mampu membujuk masyarakat terutama pada kalangan mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk melakukan tindakan lebih lanjut. Artinya tahap *action* merupakan upaya untuk meyakinkan calon konsumen untuk segera melakukan tindakan pembelian dan tetap menggunakan produk tersebut.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nina Andriyani pada tahun 2017, Nurmin Arianto pada tahun 2019, dan Danny Rahmadanny pada tahun 2019 yang menyatakan bahwa *action* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan memiliki perbedaan objek penelitian dan jumlah responden. Namun sejalan dengan penelitian Yunita Risma Rusmasari, *et.al.*, pada tahun 2018, Hafidhuddin pada tahun 2015, R. Neny Kusumadewi pada tahun 2015, Mahdalena pada tahun 2018, dan Siti Khomariyah pada tahun 2015, yang membuktikan bahwa *action* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. Pengaruh *Attention*, *Interest*, *Desire* dan *Action* Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil uji secara simultan (Uji F) yang sudah dilakukan membuktikan bahwa semua variabel independen yaitu *Attention* (X_1), *Interest* (X_2), *Desire* (X_3), dan *Action* (X_4) secara bersama-sama mempengaruhi keputusan penggunaan (Y) secara positif dan signifikan. Hal ini bisa dilihat dari nilai signifikan (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai F hitung $44,187 > F$ tabel 2,48 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semakin tinggi dan baik *attention*, *interest*, *desire*, dan *action* maka semakin meningkat juga keputusan penggunaan pada tabungan syariah.

Berdasarkan output *Model Summary* diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,675 hal ini berarti variabel *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 67,5% dan sisanya sebesar 32,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan Yunita Risma Rusmasari, *et.al.*, dengan hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan nilai *R Square* adalah 0,879 yang berarti bahwa 87,9% variasi variabel dependen (keputusan pembelian konsumen dalam membeli tiket Asian Games 2018 di kota Palembang) dapat dijelaskan oleh seluruh variabel independen (AIDA), sedangkan 12,1% lainnya dijelaskan oleh hal-hal lain di luar dari variabel yang diteliti.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan pengujian kualitas data menunjukkan bahwa data yang diteliti menunjukkan berdistribusi normal. Dengan melihat data dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas yang membuktikan bahwa tidak adanya variabel yang menyimpang dari uji persyaratan analisis. Hal ini menunjukkan bahwa data yang tersedia memenuhi syarat untuk menggunakan model persamaan regresi linier berganda.

Berdasarkan pengujian secara hipotesis (uji t dan uji F) diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) pada variabel *attention* (X_1), diperoleh nilai signifikan sebesar $0,502 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,674 < t$ tabel 1,987. Maka dapat disimpulkan “*Attention* (X_1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y)”. Artinya semakin besar *attention* yang diberikan maka semakin besar juga keputusan penggunaan pada tabungan syariah, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) pada variabel *interest* (X_2), diperoleh nilai signifikan sebesar $0,035 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,141 > t$ tabel 1,987. Maka dapat disimpulkan “*Interest* (X_2) berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y)”. Artinya semakin besar *interest* yang diberikan, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan penggunaan pada tabungan syariah.

3. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) pada variabel *desire* (X_3), diperoleh nilai signifikan sebesar $0,699 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,389 < t$ tabel 1,987. Maka dapat disimpulkan “*Desire* (X_3) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y)”. Artinya semakin besar *desire* yang diberikan maka semakin besar juga keputusan penggunaan pada tabungan syariah, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.
4. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) pada variabel *action* (X_4), diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,495 > t$ tabel 1,987. Maka dapat disimpulkan “*Action* (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y)”. Artinya semakin besar *interest* yang diberikan, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan penggunaan pada tabungan syariah.
5. Berdasarkan hasil uji secara simultan (Uji F), diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 artinya nilai tersebut lebih kecil dari standar level signifikan yang ditetapkan sebesar 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung 44,187 $> F$ tabel 2,48 yang artinya “*Attention* (X_1), *Interest* (X_2), *Desire* (X_3), dan *Action* (X_4) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y)”. Artinya semakin tinggi dan baik

Attention, Interest, Desire, dan Action maka semakin meningkat juga keputusan penggunaan pada tabungan syariah.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan beberapa kesimpulan penelitian ini, saran yang dapat diambil melalui hasil penelitian ini untuk mencapai hasil yang lebih baik antara lain:

1. Menilai perilaku konsumen dalam penggunaan tabungan syariah yang mana sebagai calon pembeli atau pengguna produk tabungan syariah diharapkan perbankan syariah harus bisa menerapkan strategi AIDA dalam mempromosikan produknya untuk bisa menarik konsumen di berbagai kalangan bukan hanya pada kalangan mahasiswa saja. Dari keempat variabel AIDA hanya variabel *interest* (minat) dan *action* (tindakan) yang mampu mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan *attention* (perhatian) dan *desire* (keinginan) kurang mampu mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan penggunaan konsumen pada tabungan syariah, sehingga diharapkan perbankan syariah harus mampu mengembangkan *attention* (perhatian) dan *desire* (keinginan) yang lebih baik untuk dapat melakukan penggunaan terhadap produk tabungan syariah.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih mengevaluasi pernyataan dan pertanyaan pada kuesioner terlebih dahulu sebelum disebarkan kepada responden agar dapat mewakili secara tepat variabel yang hendak diukur.

3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menemukan atau mencari referensi agar penelitian lebih baik dan lebih lengkap dengan menambahkan beberapa variabel bebas lain seperti, *Satisfaction* (menimbulkan kepuasan), *Decision* (keputusan), *Conviction* (keyakinan), dan lain sebagainya guna menyempurnakan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku:

- Abror, Abd. Rachman. *Psikologi Pendidikan*. Cet. ke-4. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya. 1993.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Cet. ke-2. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2009.
- Aprizal. *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Celebes Media Perkasa. 2018.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Ed. Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta. 2002.
- Arifin, Zainul. *Memahami Bank Syariah, Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*. Jakarta: Alvabet. 1999.
- Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah*. Depok: Rajawali Pres. 2007.
- Baroroh, Ali Baroroh. *Trik-trik Analisis Statistik dengan SPSS 15*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2008.
- Djatnika, Tjetjep. *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2007.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cet. ke-1. Yogyakarta: Deepublish. 2019.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistik 25)*. Yogyakarta: Deepublish. 2018.
- Hamdi, Asep Saepul dan E. Bahruddin. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Cet. ke-1. Yogyakarta: Deepublish. 2014.
- Indonesia, Ikatan Bankir. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2014.
- Indonesia, Bank. *Dinamika Produk dan Akad Keuangan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Departement Riset Kebanksentralan Bank Indonesia. 2016.

- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE. 2002.
- Karim, Adiwarmanto. *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*. Cet. ke-5. 2010.
- Kasali, Renald. *Manajemen Periklanan: Konsep Dan Aplikasinya di Indonesia*. Cet. ke-4. Jakarta: Pusaka Grafiti. 2005.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2014.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. dialih bahasakan oleh Bob Sabran. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, edisi 13. Jakarta: Erlangga. 2009.
- Lestari, Melinda Nur. *Sistem Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Grafindo Books Media. 2015.
- Ma'arif Samsul. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Bandarajo Ungaran Kabupaten Semarang*. Semarang: Universitas Semarang. 2013.
- Neolaka, Amos. *Metode Penelitian dan Statistik*. Cet-1. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2014.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Cet. ke-7. Jakarta: Kencana. 2017.
- Pratisto, Arif. *Statistik Menjadi Mudah dengan SPSS 17*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cet. ke-19. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cet. ke-23. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Sugiyono. *Statistik untuk Penelitian*. Cet. ke-26. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Suharyadi dan Purwanto. *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat. 2019.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru. 2014.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress. 2015.

- Sunjoyo. *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Cet. ke-1. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sunyoto, Danang. *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Cet. ke-1. Yogyakarta: Gava Media. 2012.
- Supyadillah, Asep. *Produk Pendanaan Bank Syariah*. Cet. ke-2. Jakarta: PT. Wahana Kardofa. 2016.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif*. Cet. ke-2. Jakarta: Kencana. 2016.
- Suryani, Tatik. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Cet. ke-1. Jakarta: Prenada Media Group. 2017.
- Umam, Khotibul. *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangan di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2016.
- Zulkifli, Sunarto. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim. 2007.

B. Sumber Jurnal:

- Arianto, Nurmin. “Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebouy (Studi Kasus Pada Warga Depok – Jawa Barat)” *Jurnal Liquidity*. 8 (2). 2019.
- Arifudin, Opan Arifudin, *et al.* “Pengaruh Kelas Sosial, Pengalaman dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit”. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 5 (1), 289. 2021.
- Damayanti, *et.al.* “Analisis Komperasi Pengaruh Model AIDA Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Cicilan Emas Pada Dua Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri”. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*. 9 (2), 123. 2020.
- Dewi, Ida Ayu Pradnya Maha Dewi. “Efektivitas Iklan Dengan Analisis AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) Studi pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Singaraja”. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*. 8 (3), 2. 2016.
- Fatmawati, Sri. “Pengaruh Iklan Model AIDA (*attention, interest, desire, action*) Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FISIP UNISKA MAB”. *Thesis Undergraduate* pada Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin. Kalimantan. 2019.

- Haibuan, Faisal Umardani dan Rahma Wahyuni. “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kola Langsa)”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 6 (1), 3. 2020.
- Johar, Diah Syafita, *et al.* “Pengaruh AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Terhadap Efektivitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko *Online Adorable Project*)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 26 (1), 5. 2015.
- Khomariyah, Siti. “Pengaruh *Advertising* Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Merk SimPATI”. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*. 1 (1), 1-6. 2015.
- Kusumadewi, R. Neny. “Pengaruh Periklanan Komersil Dengan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Radio RADIKA 100,3 FM Majalengka”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*. 2 (2), 102. 2015.
- Maulidasari, Cut Devi dan Yusnaidi. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Bank Aceh Melalui Pendekatan Teori AIDA”. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*. 2 (2), 17. 2018.
- Nurmaeni, Rokhmania, *et.al.* “Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank BRI Syariah, TBK Kantor Cabang Pembantu Manapahit Semarang)”. *Jurnal Tabbaru*. 3 (2), 305. 2020.
- Quthuby, Moch., *et.al.* “Pengaruh Starategi Pemasaran Dengan Konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Terhadap Respon Nasabah Mengambang Pada Bank Syariah”. *Jurnal Ekonomi Syariah*. 7 (1), 17. 2019.
- Rofiq, Abdul, *et.al.* “Pengaruh Penerapan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 3 (1), 2. 2013.
- Rusmasari, Yunita Risma., *et.al.* “Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Tiket Asian Games Tahun 2018 Di Kota Palembang”. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Bisnis*. 2 (2), 1-7. 2020.
- Suko, Fadhil. “Pengaruh *Attitude Subjective Norms* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap Intensi Kepemilikan Kartu Kredit Syariah”. *Jurnal Middle East and Islamic Studies*. 5 (2), 122. 2018.

C. Sumber Skripsi:

- Andriyani, Nina. “Pengaruh Penggunaan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Pada Iklan *Online* di Media Sosial *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* oleh Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin”. *Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam* pada UIN Antasari Banjarmasin. Banjarmasin. 2017.
- Azhari, Rizki. “Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan, Hubungan Masyarakat Dan Pemasaran Langsung iB Hasanah *Card* Terhadap Keputusan Penggunaan iB Hasanah *Card* Pada Nasabah Bank BNI Syariah”. *Skripsi Ekonomi dan Bisnis* pada Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta. 2018.
- Fatimah, Rismayanti Nurul. “Analisis Strategi Pemasaran Produk Hasanah *Card* Dengan Metode STP (*Sagmenting, Targeting, Postioning*) Pada PT. BNI Syariah Cabang Bandung Periode 2012-2013”. *Skripsi Syariah* pada Universitas Islam Bandung. Bandung. 2015.
- Hafidhuddin. “Efektivitas Iklan Pada Media Cetak Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan IB Hasanah *Card* BNI Syariah”. *Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum* pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta. 2015.
- Mahdalena. “Pengaruh Penerapan AIDA Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Restoran Wong Solo Cabang Jambi”. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam* pada UIN Sulthan Thaha Sifuddin. Jambi. 2018.
- Danny Rahmadanny. “Implementasi Model AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Hijab (Studi Kasus di Toko Idola Pasar Depok Jaya”. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis* pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Jakarta. 2019.
- Shofian, Fitrohhana. “Efektivitas Media *Attention, Interst, Desire, Action* (AIDA) Dalam *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Djarum (Djarum Super)”. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis* pada Universitas Dian Nuswantoro. Semarang. 2015.
- Naomi, Nadia Naomi. “Analisis Perilaku Konsumen Produk Ramah Lingkungan Pada Remaja: Aplikasi Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)”. *Skripsi Fakultas Ekonomi Manusia* pada Universitas Pertanian Bogor. Bogor. 2011.

Nasir, Mohammad Dendi Abdul. “Religiusitas Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah”. *Skripsi Fakultas Ekonomi* pada UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. 2018.

Sinaga, Fitriani. “Faktor-Fkator Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Peerbankan Syariah”. *Skripsi Fakultas Agama Islam* pada Universitas Muhammadiyah Jakarta. Jakarta. 2019.

D. Sumber Lain

Fakultas Agama Islam Univeristas Muhammadiyah Jakarta, “*Sejarah Singkat FAI UMJ*”, diakses dari <http://fai.umj.ac.id/> pada tanggal 27 Desember 2021 Pukul 14:36.

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, “*Visi dan Misi FAI UMJ*”, diakses dari <http://fai.umj.ac.id/visi-dan-misi/> pada tanggal 27 Desember 2021 Pukul 14:45.

Fatwa Dewan Syariah Nasional, Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan.

Peraturan Bank Indonesia, Nomor 7/46/PBI/2005 Tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bagi Bank Yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah.

LAMPIRAN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : ²⁰⁵ /F.6-UMJ/IX/2021
Lamp : 1 (satu) bundel
Hal : Bimbingan Skripsi Mahasiswa

Jakarta, 23 Shafar 1443 H
30 September 2021 M

Yth.
Bapak Moh. Khoirul Anam, M.Ak.
Dosen Pembimbing Skripsi
Fakultas Agama Islam UMJ
di
Tempat

Assalamu'alaikum W.W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi bagi mahasiswa :

Nama : INTAN SULISTIWATI
Nomor Pokok : 2018570061
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (S1)
Judul : *Pengaruh AIDA terhadap Penggunaan Hasanah Card (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Fatmawati)*

Bersama ini dilampirkan proposal penulisan skripsi yang masih bersifat sementara dan perlu penyempurnaan. Kami mengharapkan agar proses bimbingan dapat diselesaikan paling lama 6 (enam) bulan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wabillahittaufiq Walhidayah
Wassalamu'alaikum W.W.



Wakil Dekan I,

[Signature]
Dr. Suharsiwi, M.Pd.

Tembusan

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Yth. Ketua Program Studi MPS



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : TERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jl. KH. Ahmad Dahlan Cirendeu Ciputat, Jakarta Selatan
Telp./Fax. : (021) 7441 887, Kontak@fai-umj.ac.id - Website : fai.umj.ac.id
E-mail : faiumj@gmail.com - Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : INTAN SULISTYOWATI
No. Pokok : 2018570061
Judul Skripsi : Pengaruh AIDA terhadap Penggunaan Hasanah Card (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Fatmawati)

Pembimbing : Bapak Moh. Khoirul Anam, M.Ak.
Tgl. Berakhir : 30 September s.d. 30 Maret 2021

| No. | Tanggal | Topik Permasalahan | Saran - saran | Paraf Pembimbing |
|-----|-------------|---|---|------------------|
| 1 | 09/11/21 | REVISI GERAKAN | - RAB X + Y - METODE PENELITIAN - TABEL HASIL PENELITIAN | [Signature] |
| 2 | 23/11/21 | REVISI MATERI 2 UJI T OBJEK PENELITIAN | - VARIABEL X & Y - MENGENAL PENELITIAN - CARA Riset Riasei Bansi - OBJEK PENELITIAN JUDUL - METODE PENELITIAN | [Signature] |
| 3 | 22/12/21 | OBJEK REVISI | - MENGENAL MASYARAKAT DAN MENDAT TIDAK TERSEKSI - REVISI PROSES | [Signature] |
| 4 | 02/01/22 | UJI SPESIFITAS | REVISI UJI UJI RAS - REVISI METODE PENELITIAN | [Signature] |
| 5 | 14/1/22 | REVISI PROSES | - REVISI METODE PENELITIAN - REVISI | [Signature] |
| 6 | 24/01/22 | REVISI 2 SAMPLE | REVISI 2 REVISI KIRI KIRI KIRI KIRI | [Signature] |
| 7 | 11/02/22 | UJI KLASIFIKASI | - REVISI - REVISI | [Signature] |
| 8 | 12/02/22 | UJI HIPOTESIS | UJI + TABEL 2 THESIS | [Signature] |
| 9 | 21/03/22 | REVISI | REVISI REVISI REVISI REVISI | [Signature] |
| | 17 Februari | REVISI | REVISI 30/03/2122 | [Signature] |

Moh. Khoirul Anam



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : 69/F.6.-UMJ/I/2022
Hal : Permohonan Riset/Penelitian

Jakarta, 10 Jumadil Akhir 1443 H
14 Januari 2022 M

Kepada Yth.
Dekan FAI-UMJ
di

Tempat

Assalamu'alaikum W. W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

Nama : INTAN SULISTIWATI
Nomor Pokok : 2018570061
Tempat Tgl/Lahir : Jakarta, 18 Oktober 1999
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
No. Telp : 085711221343

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

"Pengaruh AIDA terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Tahun 2018-2020"

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

Wabillahittaufiq walhidayah
Wassalamu'alaikum W. W.



Dr. Dekan,
Wakil Dekan I,

Suharsiwi
Dr. Suharsiwi, M.Pd.

Tembusan:
Dekan (Sebagai Laporan)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

SURAT KETERANGAN

Nomor: 79/F.6-UMJ/III/2022

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : INTAN SULISTIYOWATI
Nomor Pokok : 2018570061
Tempat Tgl/Lahir : Jakarta, 18 Oktober 1999
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
No. Telp : 085711221343
Tahun Akademik : 2021/ 2022

Adalah benar telah melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

“Pengaruh AIDA terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Tahun 2018-2020”

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 11 Sya'ban 1442 H
15 Maret 2022 M



KUESIONER PENELITIAN (ANGKET)
PENGARUH AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
TABUNGAN SYARIAH PADA MAHASISWA FAKULTAS AGAMA
ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
TAHUN 2018-2020

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kegiatan penelitian yang akan saya lakukan dengan judul **“Pengaruh AIDA Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Tahun 2018-2020”**. Angket ini disusun dan disebarakan dalam rangka penyusunan tugas akhir atau skripsi sebagai syarat kelulusan Strata 1 (S1) pada Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta. Kuesioner ini bertujuan sebagai bahan untuk memperoleh data yang akurat dalam penyusunan skripsi.

Oleh karena itu, mohon kiranya Saudara/i dapat berkenaan mengisi kuesioner pada link yang sudah disediakan dengan sejujurnya. Jawaban yang Saudara/i berikan dalam kuesioner ini akan dijaga kerahasiannya karena kuesioner ini hanya digunakan untuk kegiatan penelitian. Demikian surat permohonan ini saya ajukan atas partisipasi dan ketersediaan Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Intan Sulistiyowati
NIM. 2018570061

A. Identitas Responden

Berikan tanda ceklis (√) sesuai dengan jawaban yang anda pilih:

1. Nama :

2. Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

3. Program Studi

Pendidikan Agama Islam (PAI)

Hukum Keluarga Islam/ Ahwal Syakhshiyah (HKI/AS)

Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Perbankan Syariah (PS)

Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA/MZW)

Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI)

4. Angkatan Tahun

2018

2019

2020

5. Apakah Anda Pengguna Tabungan Syariah?

Iya

Tidak

B. Petunjuk Pengisian

1. Dari daftar pernyataan yang dikelompokkan ke indikator pengukuran (lihat tabel).
2. Responden diharapkan membaca deskripsi setiap kalimat sebelum memberikan jawaban.
3. Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom salah satu pilihan jawaban yang disediakan.
4. Pada setiap pernyataan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala likert, yaitu:

| No | Alternatif Jawaban | | Skor |
|----|--------------------|---------------------|------|
| 1 | SS | Sangat Setuju | 5 |
| 2 | S | Setuju | 4 |
| 3 | N | Netral | 3 |
| 4 | TS | Tidak Setuju | 2 |
| 5 | STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |

5. Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya, oleh karena itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sejujur-jujurnya dan seobjektif mungkin.

C. Uraian Pernyataan

| Variabel X1: <i>Attention</i> (Perhatian) | | | | | | |
|--|--|-----|-----|-----|-----|-----|
| No | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
| | | (5) | (4) | (3) | (2) | (1) |
| Harus bermakna (<i>meaningful</i>) | | | | | | |
| 1 | Penawaran Tabungan Syariah di <i>social media</i> menarik perhatian saya | | | | | |
| 2 | Manfaat penggunaan Tabungan Syariah menarik perhatian saya | | | | | |
| Pesan dapat dipercaya (<i>believable</i>) | | | | | | |
| 3 | Saya percaya layanan Tabungan Syariah sesuai dengan akad syariah | | | | | |
| Produk berbeda dari yang lain (<i>distinctive</i>) | | | | | | |
| 4 | Tabungan Syariah menerapkan sistem bagi hasil sesuai prinsip syariah | | | | | |

| Variabel X2: Interest (Ketertarikan/Minat) | | | | | | |
|---|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
| | | (5) | (4) | (3) | (2) | (1) |
| Efektivitas media yang digunakan | | | | | | |
| 5 | Promosi Tabungan Syariah di <i>social</i> media merupakan promosi yang efektif | | | | | |
| 6 | Promosi Tabungan Syariah oleh karyawan bank merupakan promosi yang efektif | | | | | |
| Persepsi konsumen | | | | | | |
| 7 | Saya tertarik menggunakan Tabungan Syariah karena banyak keunggulan | | | | | |
| 8 | Informasi mengenai Tabungan Syariah membuat saya ingin mengetahui lebih lanjut | | | | | |
| Kejelasan pesan | | | | | | |
| 9 | Kejelasan informasi mengenai produk mendorong saya menggunakan Tabungan Syariah | | | | | |

| Variabel X3: Desire (Keinginan) | | | | | | |
|--|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
| | | (5) | (4) | (3) | (2) | (1) |
| Informasi keunggulan produk | | | | | | |
| 10 | Tabungan Syariah memudahkan saya melakukan pembayaran kuliah | | | | | |

| | | | | | | |
|------------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| 11 | Tabungan Syariah tidak membebankan biaya bunga dalam sistem pembayarannya | | | | | |
| Membangkitkan keinginan penggunaan | | | | | | |
| 12 | Tabungan Syariah memiliki fasilitas dan layanan yang lengkap | | | | | |
| 13 | Tabungan Syariah memiliki banyak keunggulan | | | | | |
| Alasan menggunakan produk | | | | | | |
| 14 | Tabungan Syariah memberikan fasilitas yang memudahkan saya bertransaksi | | | | | |

| Variabel X4: Action (Tindakan) | | | | | | |
|---------------------------------------|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
| | | (5) | (4) | (3) | (2) | (1) |
| Mencari informasi mengenai produk | | | | | | |
| 15 | Saya mencari informasi mengenai Tabungan Syariah sebelum menggunakannya | | | | | |
| 16 | Saya selalu <i>update</i> mengenai Tabungan Syariah | | | | | |
| Menggunakan produk secara teratur | | | | | | |
| 17 | Saya melakukan administrasi kuliah menggunakan Tabungan Syariah | | | | | |
| 18 | Saya menggunakan Tabungan Syariah karena mendukung kegiatan transaksi keuangan saya | | | | | |
| Meneruskan penggunaan | | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 19 | Saya akan selalu menggunakan Tabungan Syariah disetiap transaksi | | | | | |
| 20 | Saya akan selalu menggunakan Tabungan Syariah karena sesuai dengan harapan saya | | | | | |

| Variabel Y: Keputusan Penggunaan | | | | | | |
|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
| | | (5) | (4) | (3) | (2) | (1) |
| Pengenalan kebutuhan | | | | | | |
| 21 | Menggunakan Tabungan Syariah merupakan kebutuhan saya sebagai mahasiswa | | | | | |
| 22 | Saya membutuhkan Tabungan Syariah karena faktor lingkungan tempat saya berkuliah | | | | | |
| Pencarian informasi | | | | | | |
| 23 | Saya mendapatkan informasi mengenai Tabungan Syariah melalui <i>social media</i> | | | | | |
| 24 | Saya mendapatkan informasi mengenai Tabungan Syariah dari tempat saya berkuliah | | | | | |
| Evaluasi alternatif | | | | | | |
| 25 | Saya memilih menggunakan Tabungan Syariah setelah mencari informasi mengenai produk | | | | | |
| 26 | Saya melakukan pertimbangan sebelum menggunakan Tabungan Syariah | | | | | |

| Keputusan penggunaan | | | | | |
|---------------------------|---|--|--|--|--|
| 27 | Saya menggunakan Tabungan Syariah karena rekomendasi dari keluarga/teman | | | | |
| 28 | Saya menggunakan Tabungan Syariah karena sesuai dengan kebutuhan finansial saya | | | | |
| Perilaku pasca penggunaan | | | | | |
| 29 | Saya merasa puas menggunakan fasilitas Tabungan Syariah | | | | |

DATA JAWABAN RESPONDEN YANG MENGGISI KUESIONER

| No | RESPONDEN | 1 | 2 | 3 | 4 | X1.TOTAL | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | X2.TOTAL |
|----|--------------------|---|---|---|---|----------|---|---|---|---|---|----------|
| 1 | Adella Saskia | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 2 | Wiwit Alawiyah | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 3 | Wina Putri | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 4 | Nabila Rizky | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 5 | Diyah Ayu Hanifah | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 6 | Aura Salsabil | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 21 |
| 7 | Zuhdi Akmal Syah | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 8 | Khairunnisa Agisti | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 9 | Muhammad Rizki | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 10 | Eka Oktaviani | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 11 | Alviansyah Saputra | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 12 | Harsah Fariyah | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 13 | Brilianda | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 14 | Reena Indriyanan | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 15 | Neeyna | 2 | 4 | 3 | 5 | 14 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 19 |
| 16 | Azriel Nur Hilal | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 17 | Erika Aprilia P | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 18 | Anggie Nalita | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 19 | Heni Astuti | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 20 | Bagus Prasetyo | 2 | 5 | 4 | 4 | 15 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 21 | Ali Hafiz | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 22 | Intan Eka Putri | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 23 | Siti Mutmainna | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 20 |
| 24 | Nadia Kulsum | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 25 | Fina Fauzia | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 19 |
| 26 | Desi | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 27 | Tashya | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 28 | Leni Kartika | 3 | 4 | 2 | 3 | 12 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 18 |
| 29 | M Chaerul Fauzan | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 30 | M Arsyi Zaidan | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 31 | M Rifki Hermawan | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 32 | Labib Fahmi | 2 | 4 | 4 | 3 | 13 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 33 | Fadillah Akbar | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 20 |
| 34 | Siti Sukaiyna | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|----|
| 35 | Siti Fatimah | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 36 | Septihani | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 37 | Rifqi Fadhil | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 38 | Indah Firda | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 39 | Sadewa Arrya | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 21 |
| 40 | Reza Murtafa | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 41 | Cindy Aprilla | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 42 | Fakhri Mujahid | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 43 | Bakhtiar | 3 | 5 | 2 | 1 | 11 | 5 | 2 | 3 | 4 | 2 | 16 |
| 44 | Maulia As Syifa | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 45 | Rika Anggraeni | 4 | 3 | 2 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 18 |
| 46 | Afifah Nurasiyah | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 47 | Dini Apriliani | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 48 | Siti Nurni Afnah | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 49 | M Fitrah Syafaat | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 50 | Zulfatunisa Radita | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 51 | Nurul Aulia | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 52 | Fiti Febriyanti | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 53 | Alidia R | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 54 | N Sylvie N | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 55 | Ranji Prayuda | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 56 | Rido Alardo | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 57 | Achmad | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 58 | Nadhiya Tama | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 59 | Drefta Umi Hazifa | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 60 | Hakimah | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 61 | Nabila Retno Intan | 5 | 5 | 4 | 3 | 17 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 21 |
| 62 | Rizky Faradila | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 21 |
| 63 | Tata Dika | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 20 |
| 64 | M Farhan | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 65 | Siti Annisa | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 66 | Septia Febrianti | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 19 |
| 67 | Wahyu Tria A | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 68 | Mochamad Daffa | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 69 | Chika Arifah | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 70 | Indirahma Putri | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 71 | Miftahul Huda | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 72 | Kulsum Ahmad | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|----|---|---|
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 24 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 3 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 22 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 14 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 18 | 2 | 1 |
| 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 19 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 23 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 21 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 23 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 27 | 4 | 5 |
| 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 18 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 24 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 | 3 | 4 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 15 | 5 | 2 | 3 | 5 | 2 | 3 | 20 | 2 | 2 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 20 | 3 | 2 |
| 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 | 2 | 2 | 5 | 4 | 2 | 3 | 18 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 24 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 5 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 20 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 | 3 | 3 |
| 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 14 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 25 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 22 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 17 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 18 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 | 4 | 3 |
| 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 18 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 16 | 3 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 24 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 16 | 5 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 14 | 2 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 | 5 | 5 |

| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | Y.TOTAL |
|----|----|----|----|----|----|----|---------|
| 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 34 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 5 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 30 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 40 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 37 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 3 | 34 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| 2 | 1 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 37 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 26 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 29 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 5 | 4 | 1 | 2 | 4 | 4 | 32 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 31 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 38 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 43 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 34 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 37 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 28 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 35 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 39 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 35 |
| 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 37 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 28 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 23 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 34 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 32 |
| 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 40 |

CORRELATIONS
 /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.TOTAL
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

| | | Correlations | | | | |
|-----------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|-----------|
| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | Attention |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .511** | .365** | .308** | .747** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .003 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .511** | 1 | .403** | .238* | .705** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .024 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .365** | .403** | 1 | .714** | .816** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .308** | .238* | .714** | 1 | .743** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .024 | .000 | | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Attention | Pearson Correlation | .747** | .705** | .816** | .743** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |

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

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

CORRELATIONS
 /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.TOTAL
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

| | | Correlations | | | | | |
|------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | Interest |
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .490** | .398** | .316** | .425** | .709** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .002 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .490** | 1 | .418** | .317** | .559** | .762** |

| | | | | | | | |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .002 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .398** | .418** | 1 | .569** | .394** | .740** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .316** | .317** | .569** | 1 | .413** | .703** |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | .002 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X2.5 | Pearson Correlation | .425** | .559** | .394** | .413** | 1 | .773** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Interest | Pearson Correlation | .709** | .762** | .740** | .703** | .773** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.TOTAL
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

| | | Correlations | | | | | |
|------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | Desire |
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | .307** | .528** | .473** | .423** | .684** |
| | Sig. (2-tailed) | | .003 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X3.2 | Pearson Correlation | .307** | 1 | .580** | .575** | .479** | .733** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X3.3 | Pearson Correlation | .528** | .580** | 1 | .760** | .755** | .904** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X3.4 | Pearson Correlation | .473** | .575** | .760** | 1 | .652** | .855** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X3.5 | Pearson Correlation | .423** | .479** | .755** | .652** | 1 | .832** |

| | | | | | | | |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------|
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Desire | Pearson Correlation | .684** | .733** | .904** | .855** | .832** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5 X4.6 X4.TOTAL
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

| | | Correlations | | | | | |
|--------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | X4.1 | X4.2 | X4.3 | X4.4 | X4.5 | X4.6 |
| X4.1 | Pearson Correlation | 1 | .478** | .082 | .175 | .075 | .155 |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .445 | .099 | .483 | .144 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X4.2 | Pearson Correlation | .478** | 1 | .314** | .383** | .430** | .461** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .003 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X4.3 | Pearson Correlation | .082 | .314** | 1 | .420** | .336** | .411** |
| | Sig. (2-tailed) | .445 | .003 | | .000 | .001 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X4.4 | Pearson Correlation | .175 | .383** | .420** | 1 | .475** | .685** |
| | Sig. (2-tailed) | .099 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X4.5 | Pearson Correlation | .075 | .430** | .336** | .475** | 1 | .770** |
| | Sig. (2-tailed) | .483 | .000 | .001 | .000 | | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| X4.6 | Pearson Correlation | .155 | .461** | .411** | .685** | .770** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .144 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Action | Pearson Correlation | .446** | .726** | .637** | .755** | .750** | .842** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 |

Correlations

| | | Action |
|--------|---------------------|--------|
| X4.1 | Pearson Correlation | .446** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 90 |
| X4.2 | Pearson Correlation | .726** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 90 |
| X4.3 | Pearson Correlation | .637** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 90 |
| X4.4 | Pearson Correlation | .755** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 90 |
| X4.5 | Pearson Correlation | .750** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 90 |
| X4.6 | Pearson Correlation | .842** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 90 |
| Action | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | |
| | N | 90 |

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

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 Y.7 Y.8 Y.9 Y.TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

| | | Correlations | | | |
|-----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|
| | | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 |
| Y.1 | Pearson Correlation | 1 | .609** | .545** | .380** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .609** | 1 | .419** | .665** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |

| | | | | | |
|-------------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.3 | Pearson Correlation | .545** | .419** | 1 | .438** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.4 | Pearson Correlation | .380** | .665** | .438** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.5 | Pearson Correlation | .473** | .433** | .460** | .331** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .001 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.6 | Pearson Correlation | .271** | .320** | .358** | .232* |
| | Sig. (2-tailed) | .010 | .002 | .001 | .028 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.7 | Pearson Correlation | .532** | .499** | .317** | .332** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .002 | .001 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.8 | Pearson Correlation | .584** | .363** | .470** | .115 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .280 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.9 | Pearson Correlation | .548** | .383** | .281** | .081 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .007 | .447 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Keputusan Penggunaan | Pearson Correlation | .779** | .751** | .680** | .583** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |

Correlations

| | | Y.5 | Y.6 | Y.7 | Y.8 |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| Y.1 | Pearson Correlation | .473** | .271** | .532** | .584** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .010 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .433** | .320** | .499** | .363** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .002 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.3 | Pearson Correlation | .460** | .358** | .317** | .470** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .002 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |

| | | | | | |
|-------------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| Y.4 | Pearson Correlation | .331** | .232* | .332** | .115 |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .028 | .001 | .280 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.5 | Pearson Correlation | 1 | .660** | .356** | .639** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .001 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.6 | Pearson Correlation | .660** | 1 | .367** | .436** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.7 | Pearson Correlation | .356** | .367** | 1 | .453** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.8 | Pearson Correlation | .639** | .436** | .453** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Y.9 | Pearson Correlation | .555** | .328** | .441** | .656** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .002 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |
| Keputusan Penggunaan | Pearson Correlation | .770** | .628** | .705** | .738** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 | 90 | 90 |

Correlations

| | | Y.9 | Keputusan Penggunaan |
|-----|---------------------|--------|-------------------------|
| Y.1 | Pearson Correlation | .548** | .779** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .383** | .751** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 |
| Y.3 | Pearson Correlation | .281** | .680** |
| | Sig. (2-tailed) | .007 | .000 |
| | N | 90 | 90 |
| Y.4 | Pearson Correlation | .081 | .583** |
| | Sig. (2-tailed) | .447 | .000 |
| | N | 90 | 90 |

| | | | |
|-------------------------|---------------------|--------|--------|
| Y.5 | Pearson Correlation | .555** | .770** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 |
| Y.6 | Pearson Correlation | .328** | .628** |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | .000 |
| | N | 90 | 90 |
| Y.7 | Pearson Correlation | .441** | .705** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 |
| Y.8 | Pearson Correlation | .656** | .738** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 |
| | N | 90 | 90 |
| Y.9 | Pearson Correlation | 1 | .658** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 90 | 90 |
| Keputusan Penggunaan | Pearson Correlation | .658** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 90 | 90 |

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

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

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 90 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 90 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .743 | 4 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X1.1 | 12.29 | 2.994 | .491 | .716 |
| X1.2 | 11.91 | 3.408 | .490 | .709 |
| X1.3 | 11.97 | 2.954 | .646 | .621 |
| X1.4 | 11.90 | 3.215 | .532 | .686 |

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 90 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 90 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .790 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|-------------------------------|-----------------------------------|---|--|
| X2.1 | 15.93 | 5.681 | .535 | .761 |
| X2.2 | 16.07 | 5.321 | .598 | .740 |
| X2.3 | 16.00 | 5.640 | .588 | .745 |
| X2.4 | 15.84 | 5.683 | .523 | .764 |
| X2.5 | 15.89 | 5.134 | .600 | .740 |

RELIABILITY

/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA
 /SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 90 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 90 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .859 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|-------------------------------|-----------------------------------|---|--|
| X3.1 | 16.17 | 6.994 | .507 | .871 |

| | | | | |
|------|-------|-------|------|------|
| X3.2 | 15.86 | 6.777 | .577 | .854 |
| X3.3 | 16.09 | 5.947 | .837 | .786 |
| X3.4 | 15.99 | 6.505 | .772 | .808 |
| X3.5 | 16.03 | 6.122 | .713 | .819 |

RELIABILITY

/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5 X4.6
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA
 /SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 90 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 90 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .785 | 6 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X4.1 | 17.96 | 11.167 | .248 | .812 |
| X4.2 | 18.64 | 9.400 | .584 | .741 |
| X4.3 | 18.71 | 9.579 | .434 | .780 |
| X4.4 | 18.49 | 9.174 | .622 | .731 |
| X4.5 | 18.68 | 9.007 | .604 | .734 |
| X4.6 | 18.58 | 8.561 | .744 | .698 |

RELIABILITY
 /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 Y.7 Y.8 Y.9
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA
 /SUMMARY=TOTAL.

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 90 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 90 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .866 | 9 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Y.1 | 29.96 | 25.391 | .710 | .842 |
| Y.2 | 29.86 | 25.181 | .668 | .845 |
| Y.3 | 29.93 | 25.951 | .580 | .853 |
| Y.4 | 29.83 | 26.567 | .453 | .866 |
| Y.5 | 29.79 | 24.955 | .691 | .842 |
| Y.6 | 29.68 | 26.648 | .522 | .858 |
| Y.7 | 30.12 | 24.243 | .579 | .856 |
| Y.8 | 29.96 | 25.256 | .651 | .846 |
| Y.9 | 29.59 | 27.166 | .576 | .854 |

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y.TOTAL
/METHOD=ENTER X1.TOTAL X2.TOTAL X3.TOTAL X4.TOTAL
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE RESID.

```

Regression

Variables Entered/Removed^a

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|--|-------------------|--------|
| 1 | Action, Attention, Desire, Interest ^b | . | Enter |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .822 ^a | .675 | .660 | 3.298 | 1.951 |

a. Predictors: (Constant), Action, Attention, Desire, Interest

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 1922.994 | 4 | 480.749 | 44.187 | .000 ^b |
| | Residual | 924.795 | 85 | 10.880 | | |
| | Total | 2847.789 | 89 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Action, Attention, Desire, Interest

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .960 | 2.702 | | .355 | .723 |
| | Attention | .161 | .238 | .064 | .674 | .502 |
| | Interest | .502 | .234 | .253 | 2.141 | .035 |
| | Desire | .069 | .177 | .038 | .389 | .699 |
| | Action | .841 | .153 | .538 | 5.495 | .000 |

Coefficients^a

| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Attention | .419 | 2.388 |
| | Interest | .273 | 3.661 |
| | Desire | .400 | 2.501 |
| | Action | .399 | 2.509 |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Collinearity Diagnostics^a

| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | | | |
|-------|-----------|------------|-----------------|----------------------|-----------|----------|--------|
| | | | | (Constant) | Attention | Interest | Desire |
| 1 | 1 | 4.966 | 1.000 | .00 | .00 | .00 | .00 |
| | 2 | .014 | 18.639 | .83 | .00 | .01 | .05 |
| | 3 | .009 | 23.761 | .12 | .30 | .00 | .12 |
| | 4 | .007 | 26.582 | .05 | .35 | .04 | .81 |
| | 5 | .004 | 34.934 | .00 | .35 | .94 | .02 |

Collinearity Diagnostics^a

| Model | Dimension | Variance Proportions |
|-------|-----------|----------------------|
| | | Action |
| 1 | 1 | .00 |
| | 2 | .13 |

| | |
|---|-----|
| 3 | .58 |
| 4 | .03 |
| 5 | .27 |

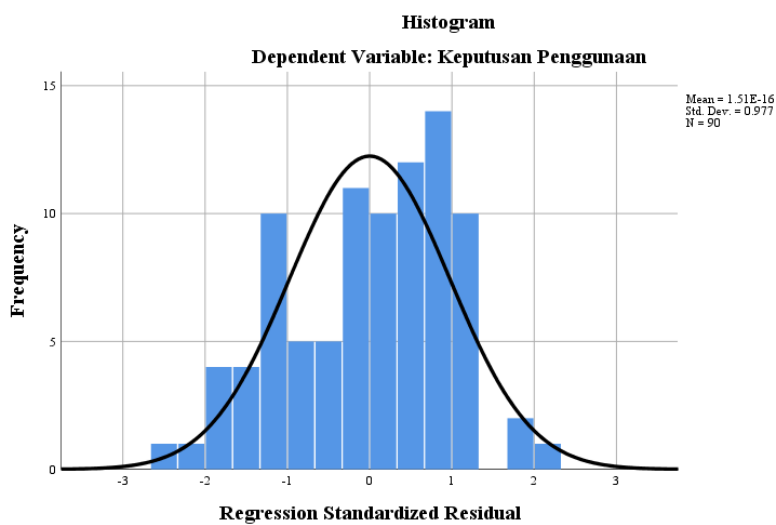
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Residuals Statistics^a

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|-----------------------------------|---------|---------|-------|----------------|----|
| Predicted Value | 24.27 | 43.66 | 33.59 | 4.648 | 90 |
| Std. Predicted Value | -2.005 | 2.167 | .000 | 1.000 | 90 |
| Standard Error of Predicted Value | .367 | 1.466 | .744 | .227 | 90 |
| Adjusted Predicted Value | 24.29 | 43.67 | 33.59 | 4.650 | 90 |
| Residual | -8.103 | 6.624 | .000 | 3.224 | 90 |
| Std. Residual | -2.457 | 2.008 | .000 | .977 | 90 |
| Stud. Residual | -2.491 | 2.057 | .000 | 1.004 | 90 |
| Deleted Residual | -8.330 | 6.952 | .001 | 3.405 | 90 |
| Stud. Deleted Residual | -2.572 | 2.098 | -.002 | 1.013 | 90 |
| Mahal. Distance | .112 | 16.586 | 3.956 | 3.056 | 90 |
| Cook's Distance | .000 | .094 | .011 | .015 | 90 |
| Centered Leverage Value | .001 | .186 | .044 | .034 | 90 |

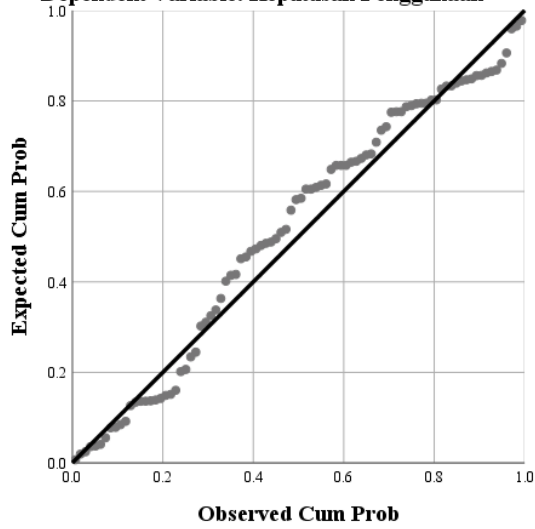
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Charts



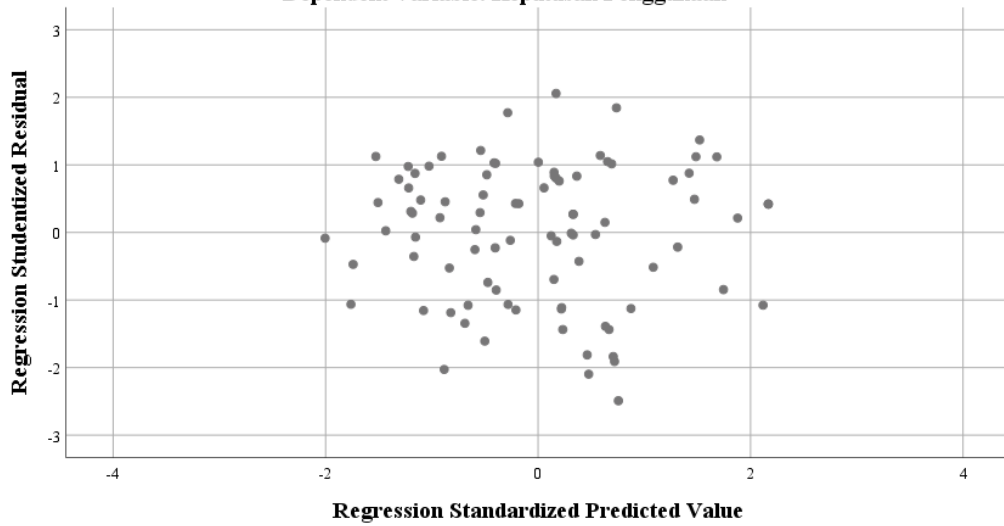
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Penggunaan



Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Penggunaan



NPAR TESTS
/K-S(NORMAL)=RES_1
/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N | | 90 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.22350022 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .096 |
| | Positive | .078 |
| | Negative | -.096 |
| Test Statistic | | .096 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .038 ^c |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

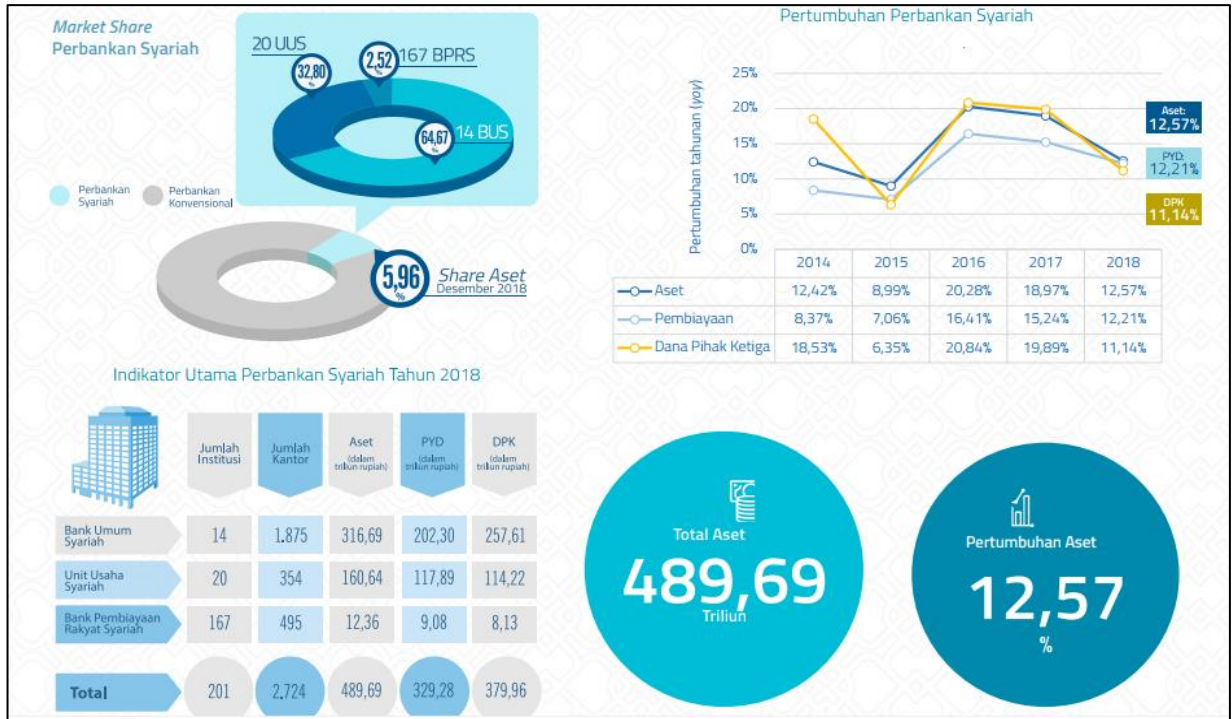
Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2017-2021

- Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2017

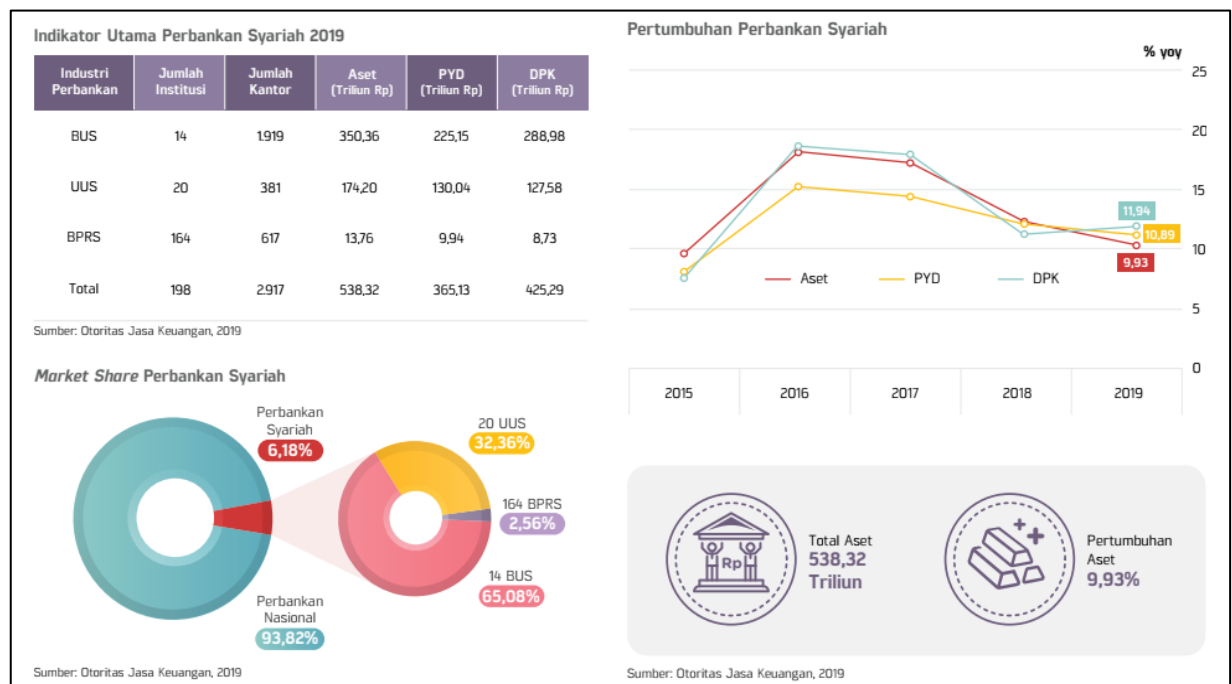
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| KELOMPOK BANK | | | | | |
| Bank Umum Syariah (Jumlah Bank) | 11 | 12 | 12 | 13 | 13 |
| Jumlah Kantor BUS | 1.998 | 2.151 | 1.990 | 1.869 | 1.825 |
| Layanan Syariah Bank (LSB) | 2.092 | 2.160 | 2.175 | 2.655 | 3.026 |
| Unit Usaha Syariah | 23 | 22 | 22 | 21 | 21 |
| Jumlah Kantor UUS | 590 | 320 | 311 | 332 | 344 |
| Layanan Syariah (LS) | 1.267 | 1.787 | 2.009 | 2.567 | 2.624 |
| BPRS | 163 | 163 | 163 | 166 | 167 |
| Jumlah Kantor BPRS | 402 | 439 | 446 | 453 | 441 |
| Jumlah Kantor BUS, UUS & BPRS | 2.990 | 2.910 | 2.747 | 2.654 | 2.610 |

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Indikator | | | | | |
| BUS-UUS-BPRS | | | | | |
| Aset (Rp Triliun) | 248,11 | 278,91 | 304,00 | 365,66 | 435,02 |
| Pertumbuhan Aset (yoy) | 24,32% | 12,42% | 8,99% | 20,28% | 18,97% |
| Market Share | 4,89% | 4,88% | 4,87% | 5,33% | 5,78% |
| DPK (Rp Triliun) | 185,98 | 221,89 | 235,98 | 285,16 | 341,71 |
| Pertumbuhan DPK (yoy) | 23,61% | 19,31% | 6,35% | 20,84% | 19,38% |
| PYD (Rp Triliun) | 188,55 | 204,33 | 218,76 | 254,67 | 293,46 |
| Pertumbuhan PYD (yoy) | 24,82% | 8,37% | 7,06% | 16,41% | 15,24% |

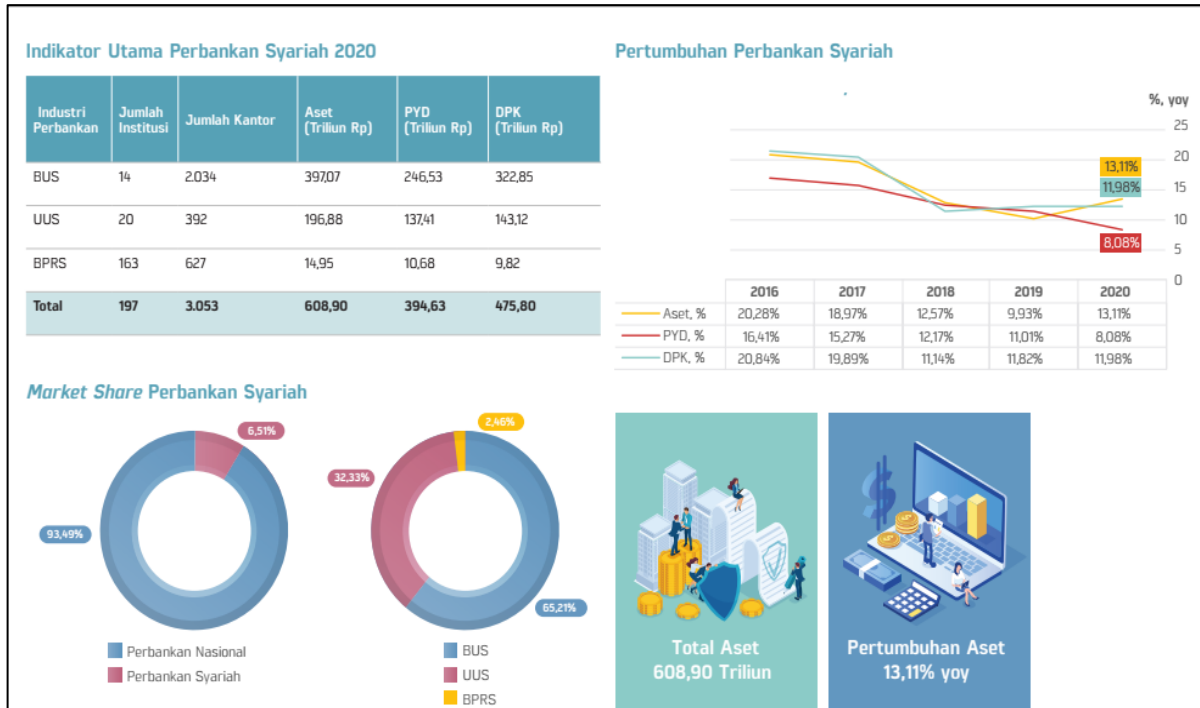
- Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2018



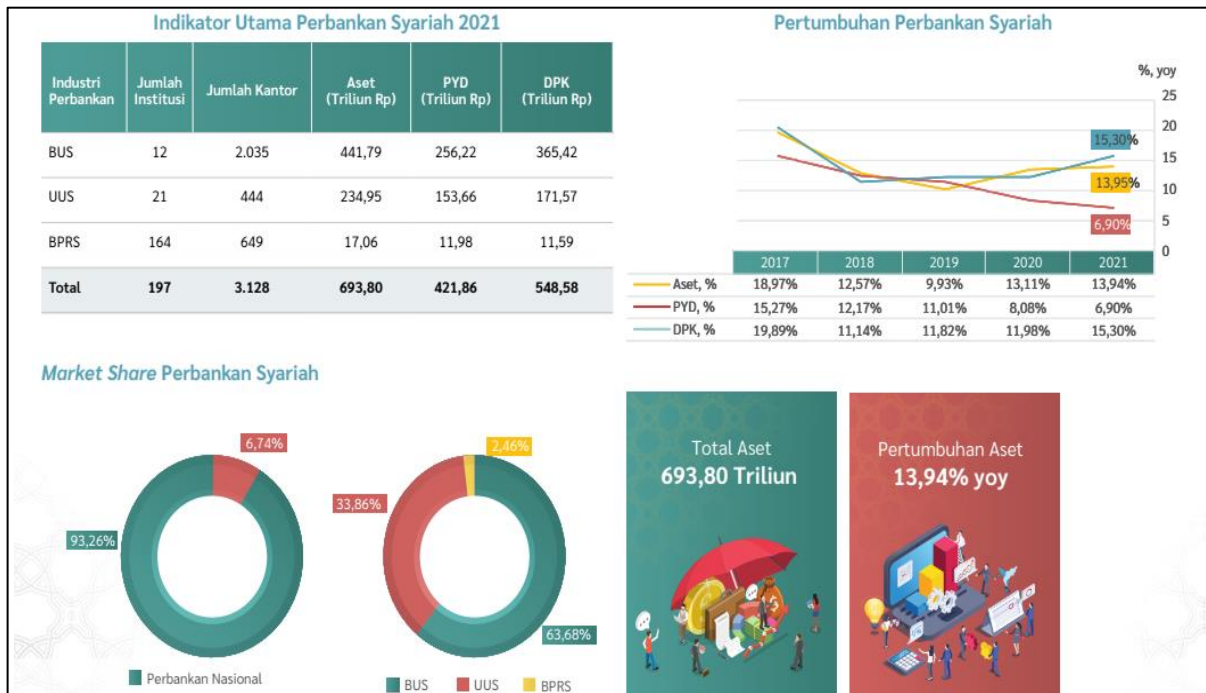
- Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2019



- Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2020



- Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2021



CURRICULUM VITAE

I. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Intan Sulistiyowati
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 18 Oktober 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Telepon : 085711221343
E-mail : intansulistiyowt18@gmail.com
Alamat : Jl. Pahlawan Gg. Langgar Rt. 006 Rw. 07, Kel.
Rempoa, Kec. Ciputat Timur, Tangerang Selatan,
Banten. 15412

II. PENDIDIKAN

Tahun 2006 – 2012 : SDN 08 Pagi Bintaro
Tahun 2012 – 2015 : SMPN 178 Jakarta
Tahun 2015 – 2018 : SMAN 87 Jakarta
Tahun 2018 – 2022 : Universitas Muhammadiyah Jakarta

III. PENGALAMAN ORGANISASI

Tahun 2015 – 2017 : Rohis SMAN 87 Jakarta sebagai Sekretaris
Tahun 2018 – 2020 : Himpunan Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah
Universitas Muhammadiyah Jakarta sebagai Anggota