

## DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subjektif terhadap Minat Beli Secara Online di bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207.
- Azhari Akmal, (2015). *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Medan: Febi Press.
- APJII. (2020). Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI.
- Aqromy, Muhammad Fariz. (2019). Hubungan antara Kontrol Diri dalam Memilih Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Psikologi dan Ilmu Budaya Universitas Islam Indonesia.
- Ardari, C. Sendy Setya. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Remaja Awal. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma.
- Aulia, Eka Aprilianti. (2020). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Risk Terhadap Intention To Use E-wallet (Fintech) Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening Pada Ukm Kota Makassar*.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Davis, Fred D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, *MIS Quarterly*, 13 (5)”, 318-340.
- D, Marchelina & Pratiwi, R. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan e-money (studi kasus pada pengguna e-money kota Palembang). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1–17.
- Ghodang, Hironymus. (2019). *Path Analysis (Analisis Jalur) Konsep & Praktik dalam Penelitian*. Medan: Penerbit Mitra Grup.
- Hartina Fattah, dkk. (2022). *Fintech dalam Keuangan Islam: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2022), h.91.

- Imsar. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan. *Tansiq, Vol. 1, No. 2, Januari – Juni 2018*
- Ismail, M. Z. (2021). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Individu Dalam Penggunaan Financial Technology (Studi Kasus Pada Pengguna Ovo Di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Yogyakarta.
- Istikhomah, C. D., Mansur, R., & Hidayatullah, M. F. (2022). Peran Guru Pai Dalam Membina Akhlakul Karimah Siswa Di Era Digital Di Smpit As-Salam Malang. *Vicratina: Jurnal Pendidikan Islam, 7(8)*.
- Kadir. (2016). *Statistika Terapan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Lubis, A. M., Nurbaiti, N., & Harahap, M. I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech* Peer To Peer Lending, Dan Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kota Medan. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi, dan kewirausahaan, 13(2)*, 90-102.
- Miswan, A. (2019). Perkembangan dan Dampak Financial Technology (*Fintech*) terhadap Industri Keuangan Syariah di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman, 5(1)*, 38.
- Muchtar, E. H., & Zubairin, A. (2022). *Fintech* Syariah dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Asy-Syukriyyah, 23(1)*, 14–21.
- Nafiah, R., & Faih, A. (2019). Analisis Transaksi Financial Technology (*Fintech*) Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah, 6(2)*, 167–175.
- Nugroho, A., Najib, M., & Simanjuntak, M. (2018). Factors Affecting Consumer Interest In Electronic Money Usage With Theory Of Planned Behavior (TPB). *Journal of Consumer Sciences, 3(1)*, 15.
- Panggalih, Restu Gurinting dan Zaki Baridwan. (2013). Minat Individu terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan *Modified Theory Of Planned Behavior*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, Vol. I, No. 2*.
- Prasetyo, S. (2014). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Kompensasi terhadap Kinerja karyawan dengan Kepuasan kerja sebagai Variabel *Intervening* (studi pada Hotel berbintang di Yogyakarta). *Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Qomusuddin, Ivan Fanani dan Siti Romlah.(2021). *Analisis Data Kuantitatif dengan Program IBM SPSS Statistic 20.0*. Yogyakarta: Deepublish.

- Parmitasari, R. D. A. (2018). *Determinan Kepuasan Keuangan Investor Pasar Modal di Sulawesi Selatan melalui Perilaku Investor sebagai Variabel Mediasi*. (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.
- Rahayu, Priestiani Putri. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Rahmani Percetakan.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284.
- Rahmawati, L., Rahayu, D. D., & Nivanty, H. (2020). *Fintech Syariah : Manfaat Dan Poblematika Penerapan pada UMKM*. 5(1), 75–90.
- Robaniyah, L., Kurnianingsih, H., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, S., & Tengah, J. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Journal IMAGE*, 10(1), 53–62.
- Samsu. (2017). *METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*, Jambi: PUSAKA Jambi.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Path Analysis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekar Ayu Sridanti, Hendra Harmain, Nurwani. 2022. “Pemikiran Murniati Mukhlisin Mengenai Fintech Syariah Di Indonesia.” *J-Reb : Journal-Research of Economic Dan Bussiness* 1, no. 2.
- Setyawati, Rena Eka. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap behavioral Intention To Use* dengan *Attitude Towards Using* sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 3No.1.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Surianto, R. B. (2020). Pengaruh Persepsi Atas Pelayanan Pajak Dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di KPP Pratama Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 06(1), 311–329.

Werang, Basilius Raden. *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial*. (Yogyakarta: Calpulus, 2015)

Zulkifli, A. T. (2020). *Pengaruh Norma Subjektif Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa (Survey Terhadap Siswa Jurusan IPS Kelas XII SMA Pesantren Cintawana Semester Genap Tahun Pelajaran 2019/2020)* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

“PENGARUH NORMA SUBJEKTIF DAN PERSEPSI  
MANFAAT TERHADAP INTENSITAS MENGGUNAKAN *FINTECH*  
*PAYMENT* DENGAN SIKAP PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING* (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)”

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Perkenalkan saya Tanzila Arifah Putri, mahasiswa jurusan Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi yang dengan judul yang tercantum seperti di atas. Adapun syarat dalam pengisian kuesioner di bawah ini sebagai berikut:

- a. Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara stambuk 2018-2021
- b. Pengguna OVO
- c. Bertransaksi menggunakan OVO dengan skala minimal dua kali transaksi dalam satu bulan.

Untuk itu saya meminta kesediaan teman-teman mahasiswa FEBI UINSU untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Jawaban yang diberikan akan dijamin kerahasiannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

*Estimasi pengerjaan kuesioner sekitar 3-5 menit. Gomawoo :)*

Alternatif jawaban adalah sebagai berikut:

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (ST)	4
3.	Ragu-Ragu (RG)	3

4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Jawablah semua pertanyaan yang telah tersedia tanpa ada yang terlewatkan dengan memilih salah satu jawaban dari jawaban yang telah tersedia. Kuesioner penelitian akan disebar melalui *Google Form*.

**a. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama :
2. NIM :
3. Jurusan :
4. Stambuk :
5. Jenjang :
6. E-Wallet yang sering digunakan :
  - OVO       Go-Pay       ShopeePay
  - DANA       LinkAja
7. Frekuensi Menggunakan OVO dalam satu bulan :
  - 2 kali       2-5 kali       > 5 kali
  - DANA       LinkAja



**b. DAFTAR PERTANYAAN**

**1. Norma Subjektif (X1)**

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	ST	SS
1.	Lingkungan sangat mempengaruhi saya ketika memutuskan menggunakan sesuatu.					
2.	Keluarga sangat berperan penting ketika saya hendak bertransaksi menggunakan OVO					

3.	Masukan/saran dari keluarga tentang OVO sebagai alat pembayaran yang baik dan terpercaya mempengaruhi saya untuk berbelanja dan bertransaksi di e-commerce menggunakan e-wallet OVO					
4.	Teman saya sering memberi masukan dan pengetahuan tentang transaksi menggunakan <i>e-wallet</i>					
5.	Masukan/saran dari teman saya mengenai OVO sebagai alat pembayaran yang baik dan terpercaya meningkatkan hasrat untuk bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> secara berkala					
6.	Iklan ataupun postingan di sosial media memberikan saya pengetahuan tentang OVO sebagai alat pembayaran yang baik dan terpercaya sehingga mempengaruhi intensitas saya dalam menggunakan OVO					

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

## 2. Persepsi Manfaat (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	ST	SS
1.	Penggunaan OVO dapat meningkatkan kinerja saya dalam melakukan transaksi pembayaran					
2.	Penggunaan OVO memudahkan saya melakukan transaksi pembayaran di <i>e-commerce</i> maupun di <i>merchant</i> yang					

	terdaftar OVO					
3.	Penggunaan OVO dapat menghemat waktu saya					
4.	Secara keseluruhan saya menemukan dan merasakan banyak manfaat selama menggunakan OVO					
5.	Banyaknya manfaat yang saya rasakan selama menggunakan OVO meningkatkan hasrat untuk melakukan <i>cashless</i> secara berkala					
6.	Terdapat banyak kendala ketika menggunakan OVO.					

### 3. Intensitas (Y)

No	Pertanyaan	ISLAM NEGERI	ST	TS	RG	ST	SS
1.	Saya menggunakan OVO tidak hanya untuk melakukan transaksi transfer antar bank, tetapi juga untuk transaksi pembayaran lainnya	SUMATERA UTARA					
2.	Saya setiap hari bertransaksi menggunakan OVO	MEDAN					



3.	Dalam satu bulan saya melakukan transaksi dengan OVO minimal dua kali					
4.	Saya menggunakan OVO hanya untuk transaksi antar rekening bank saja.					
5.	Jika dalam waktu terdesak, saya selalu menggunakan OVO					
6.	Saya selalu puas dengan pelayanan yang diberikan OVO.					

#### 4. Sikap Pengguna (Z)

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	ST	SS
1.	Saya menyukai menggunakan OVO					
2.	Saya merasa senang bertransaksi menggunakan OVO					
3.	Saya menikmati penggunaan OVO dalam melakukan transaksi pembayaran apapun.					
4.	Menggunakan OVO adalah ide yang bagus					

	untuk transaksi digital masa kini					
5.	Transaksi menggunakan OVO merupakan gagasan yang sangat baik					
6.	Menggunakan OVO sangat membosankan bagi saya					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## Lampiran 2: Hasil Jawaban Responden

No	X1 (Norma Subjektif)						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	5	5	4	5	5	29
2	5	5	4	5	5	5	29
3	5	4	2	4	5	5	25
4	5	2	4	4	4	4	23
5	5	5	4	5	5	4	28
6	5	4	4	4	4	5	26
7	5	3	4	4	5	5	26
8	5	5	4	4	4	4	26
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	4	3	4	4	4	24
11	5	3	5	5	5	5	28
12	4	4	4	4	3	3	22
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	3	3	4	4	3	21
15	4	3	3	4	4	4	22
16	4	3	5	4	5	5	26
17	5	4	5	5	5	5	29
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	4	3	3	25
20	4	2	3	3	3	4	19
21	4	3	3	4	4	4	22
22	5	5	3	5	5	5	28
23	5	4	3	4	4	4	24
24	5	2	2	4	4	4	21
25	5	2	3	3	3	4	20
26	3	2	3	3	3	2	16
27	5	4	4	5	5	5	28
28	5	4	4	5	5	5	28
29	4	2	2	4	5	5	22
30	4	5	5	4	5	5	28
31	5	5	4	4	5	5	28
32	5	2	2	2	2	3	16
33	5	5	4	4	5	5	28
34	3	4	5	5	4	5	26
35	4	2	2	4	2	4	18
36	5	3	3	3	4	2	20
37	4	4	3	4	4	4	23
38	5	4	5	4	4	3	25
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	3	2	2	2	3	16

41	5	4	5	5	4	5	28
42	5	2	3	4	4	4	22
43	4	4	4	4	4	4	24
44	3	4	3	4	4	3	21
45	5	3	5	3	4	5	25
46	5	1	5	4	1	3	19
47	4	4	4	4	4	5	25
48	5	2	2	5	5	5	24
49	4	2	2	1	3	3	15
50	4	2	1	5	5	5	22
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	3	4	4	2	3	21
53	4	4	4	5	5	3	25
54	4	4	5	5	4	4	26
55	5	4	5	4	4	4	26
56	4	2	2	4	4	4	20
57	5	1	1	5	5	5	22
58	4	2	4	4	4	4	22
59	4	2	3	5	3	3	20
60	4	4	5	4	5	4	26
61	4	4	5	4	4	4	25
62	5	3	4	4	5	5	26
63	4	4	4	4	4	4	24
64	5	5	4	5	4	4	27
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	4	5	4	5	4	27
67	3	2	3	4	4	3	19
68	4	5	4	5	2	3	23
69	4	5	5	2	4	5	25
70	5	5	4	5	5	4	28
71	4	3	2	4	4	4	21
72	4	4	4	4	4	5	25
73	5	4	4	5	4	5	27
74	5	4	4	4	4	4	25
75	5	4	2	2	3	4	20
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	3	3	4	3	21
78	5	5	4	4	5	5	28
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	3	4	5	24
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	5	4	5	4	5	27
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	3	3	5	5	5	26
85	5	5	4	4	4	4	26

86	4	4	5	5	4	4	26
87	4	3	3	4	4	4	22
88	5	5	3	3	5	5	26
89	5	2	3	5	5	5	25
90	5	2	5	5	5	5	27
91	5	2	2	4	3	4	20
92	4	3	4	4	3	3	21
93	4	2	4	4	4	4	22
94	4	4	4	4	4	5	25
95	4	2	2	4	5	5	22
96	4	2	2	4	5	5	22
97	5	5	5	5	5	4	29
98	4	2	2	4	4	5	21

No	X2 (Persepsi Manfaat)						Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	5	5	5	5	5	2	27
2	5	4	4	3	4	2	22
3	5	5	5	5	5	2	27
4	2	4	4	5	5	2	22
5	5	4	4	5	5	4	27
6	5	4	4	4	3	2	22
7	5	5	5	5	5	1	26
8	5	5	5	5	5	3	28
9	5	5	5	4	4	3	26
10	4	4	5	5	5	4	27
11	5	5	5	5	4	2	26
12	4	4	4	4	4	3	23
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	4	4	3	23
15	4	4	5	4	4	3	24
16	5	5	4	4	4	3	25
17	3	3	5	4	3	3	21
18	4	4	4	5	5	4	26
19	4	4	5	3	4	3	23
20	3	4	4	5	4	2	22
21	4	5	5	5	4	4	27
22	5	5	5	5	5	3	28
23	5	5	5	4	4	4	27
24	5	4	5	4	3	2	23
25	4	5	3	3	3	2	20
26	4	4	5	4	4	2	23
27	5	5	4	5	4	3	26

28	5	5	4	5	4	3	26
29	5	5	5	5	4	2	26
30	5	4	4	5	4	2	24
31	5	5	5	5	5	1	26
32	5	4	4	5	4	3	25
33	5	4	5	4	2	3	23
34	5	5	5	5	4	2	26
35	4	5	5	5	4	3	26
36	4	4	3	4	3	2	20
37	4	3	4	5	3	3	22
38	4	5	5	4	4	5	27
39	3	4	5	5	5	3	25
40	4	4	4	4	4	3	23
41	5	5	5	5	5	3	28
42	5	5	5	4	4	3	26
43	4	4	4	4	4	3	23
44	4	4	4	4	3	3	22
45	5	5	5	4	4	3	26
46	5	4	5	5	5	4	28
47	3	4	5	5	4	3	24
48	5	5	5	5	5	1	26
49	4	4	5	5	3	3	24
50	5	5	5	5	5	1	26
51	4	4	4	4	4	4	24
52	5	4	4	5	4	3	25
53	4	5	4	4	4	5	26
54	5	5	5	5	5	4	29
55	4	4	4	3	4	4	23
56	4	5	4	4	4	3	24
57	5	4	5	5	4	2	25
58	4	5	4	4	4	2	23
59	4	3	4	3	2	4	20
60	5	5	4	5	4	3	26
61	4	4	4	4	4	2	22
62	5	5	5	5	5	3	28
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	3	2	2	19
65	5	5	5	5	5	3	28
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	4	4	5	5	3	26
68	3	4	4	4	4	3	22
69	5	5	5	4	3	2	24
70	5	5	2	4	4	2	22
71	5	4	5	5	5	5	29
72	5	4	5	4	5	4	27

73	4	4	5	4	4	4	25
74	5	5	5	5	5	2	27
75	4	4	3	4	4	4	23
76	4	4	5	4	4	2	23
77	3	3	3	3	3	3	18
78	4	4	5	5	5	4	27
79	4	4	4	4	4	2	22
80	5	5	5	5	5	4	29
81	5	5	4	4	5	3	26
82	2	2	2	2	2	2	12
83	4	4	4	4	3	3	22
84	4	5	5	5	5	3	27
85	5	5	5	5	5	2	27
86	4	4	4	3	3	3	21
87	4	4	4	4	4	2	22
88	5	5	5	4	3	1	23
89	5	5	5	5	5	3	28
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	4	4	2	4	2	21
92	5	4	4	4	5	5	27
93	5	5	4	4	4	3	25
94	4	5	4	5	4	2	24
95	5	5	4	5	4	2	25
96	5	5	4	5	5	2	26
97	5	4	5	5	4	3	26
98	5	4	4	5	5	3	26

No	Y (Intensitas)						Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	5	4	2	4	5	4	24
2	4	5	5	5	4	2	25
3	4	3	5	2	3	5	22
4	4	2	2	1	4	4	17
5	5	5	5	4	5	5	29
6	3	1	3	4	3	3	17
7	5	3	5	2	3	4	22
8	5	3	4	3	4	4	23
9	5	4	4	2	4	4	23
10	4	3	4	4	4	4	23
11	5	5	5	1	5	5	26
12	4	2	4	3	4	4	21
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	3	4	4	3	4	22
15	4	2	4	3	4	4	21

16	5	3	5	4	3	5	25
17	4	1	2	4	4	3	18
18	5	3	4	4	4	4	24
19	4	2	3	3	3	4	19
20	3	2	3	3	3	4	18
21	5	1	4	2	2	3	17
22	3	2	3	3	5	5	21
23	5	2	4	2	4	4	21
24	5	3	5	2	3	3	21
25	5	3	3	3	4	5	23
26	3	2	3	2	4	3	17
27	5	4	4	3	2	4	22
28	4	4	4	2	4	5	23
29	5	4	4	2	4	5	24
30	4	2	5	2	2	3	18
31	5	4	5	2	5	5	26
32	4	4	3	4	5	3	23
33	5	4	5	4	5	3	26
34	4	3	4	3	4	5	23
35	4	2	4	2	4	4	20
36	3	2	2	1	2	2	12
37	4	2	3	2	3	3	17
38	4	2	2	3	4	4	19
39	4	1	1	2	2	4	14
40	4	3	4	2	4	4	21
41	5	4	4	5	4	5	27
42	5	2	3	2	3	3	18
43	4	3	3	3	4	4	21
44	4	3	4	3	3	3	20
45	5	4	5	3	4	3	24
46	5	5	5	4	2	2	23
47	4	3	4	4	5	4	24
48	5	3	5	2	5	5	25
49	4	1	3	2	3	4	17
50	5	2	5	5	5	5	27
51	4	3	4	4	4	5	24
52	5	2	4	2	5	5	23
53	4	5	4	4	4	4	25
54	5	5	4	4	4	3	25
55	4	5	4	4	4	5	26
56	5	2	4	3	4	4	22
57	5	4	5	5	5	4	28
58	5	4	4	2	4	5	24
59	4	1	1	1	2	3	12
60	4	3	5	4	4	4	24



61	4	3	4	3	3	4	21
62	4	1	1	1	4	4	15
63	4	4	4	4	4	4	24
64	5	2	1	2	5	4	19
65	5	3	4	3	3	5	23
66	4	4	4	4	4	3	23
67	3	4	3	3	3	4	20
68	4	1	3	1	3	4	16
69	4	3	1	2	2	4	16
70	1	1	4	1	5	4	16
71	2	1	2	3	3	4	15
72	4	5	4	5	4	5	27
73	4	4	4	2	4	5	23
74	5	5	5	2	2	4	23
75	4	2	3	2	3	3	17
76	5	2	4	2	4	4	21
77	4	5	5	5	3	3	25
78	5	4	4	4	4	3	24
79	4	2	4	4	4	4	22
80	4	2	5	3	4	4	22
81	5	5	5	1	4	4	24
82	2	2	2	2	2	4	14
83	4	3	3	3	4	4	21
84	5	5	5	4	5	5	29
85	4	2	3	3	4	5	21
86	5	4	5	4	3	4	25
87	5	3	3	2	3	4	20
88	5	4	5	3	3	5	25
89	5	2	4	2	3	4	20
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	4	2	4	5	5	25
92	3	3	3	3	3	3	18
93	4	1	4	2	4	4	19
94	4	2	4	2	4	5	21
95	5	4	2	2	4	5	22
96	5	3	4	2	4	5	23
97	5	3	4	2	4	5	23
98	5	4	5	5	5	5	29

NO	Z (Sikap Pengguna)						Total
	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	
1	5	5	5	5	5	2	27
2	4	5	5	5	4	2	25
3	4	4	4	5	5	2	24
4	3	4	4	2	4	2	19
5	4	5	4	5	5	5	28
6	5	4	4	4	4	4	25
7	4	4	4	5	5	2	24
8	4	4	4	4	4	3	23
9	4	4	4	4	4	2	22
10	4	4	4	4	5	3	24
11	5	5	5	5	4	2	26
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	4	4	3	23
15	4	4	4	4	4	2	22
16	5	5	4	4	4	2	24
17	3	3	3	4	4	3	20
18	4	4	4	4	4	2	22
19	4	4	4	4	4	3	23
20	5	5	5	4	4	2	25
21	3	4	4	4	4	2	21
22	4	5	4	4	4	2	23
23	4	5	4	4	4	3	24
24	5	5	4	4	5	3	26
25	5	5	5	5	5	3	28
26	5	4	5	4	3	2	23
27	5	5	5	5	5	3	28
28	5	5	5	4	5	2	26
29	5	5	5	5	5	2	27
30	4	3	2	4	4	3	20
31	5	5	5	5	5	1	26
32	5	5	5	4	4	2	25
33	5	5	4	5	5	3	27
34	5	5	5	5	5	2	27
35	4	4	4	4	4	2	22
36	5	4	5	4	4	2	24
37	4	3	4	3	3	3	20

38	4	4	4	4	3	3	22
39	3	3	4	4	4	3	21
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	5	4	3	24
42	4	5	5	5	4	2	25
43	4	4	3	4	4	3	22
44	5	4	4	5	4	2	24
45	5	5	5	5	5	3	28
46	5	5	5	4	3	1	23
47	4	4	4	4	5	3	24
48	4	5	4	4	5	1	23
49	4	4	3	4	4	1	20
50	5	5	5	5	5	1	26
51	4	4	4	4	4	4	24
52	5	4	4	5	4	3	25
53	4	4	4	4	4	4	24
54	3	3	3	4	4	3	20
55	4	5	5	4	4	4	26
56	4	4	4	5	3	2	22
57	4	4	4	4	4	2	22
58	4	5	5	4	4	2	24
59	5	5	5	5	5	4	29
60	4	5	4	5	4	2	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	1	21
63	4	4	4	4	4	4	24
64	5	5	4	4	3	2	23
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	5	4	4	4	2	23
67	3	3	3	3	3	2	17
68	4	4	4	4	4	2	22
69	3	3	2	4	4	2	18
70	4	4	4	4	2	1	19
71	5	5	4	3	3	2	22
72	4	5	4	5	4	5	27
73	5	4	4	4	4	2	23
74	4	4	4	4	4	4	24
75	3	3	4	3	4	3	20
76	4	4	4	4	4	2	22

77	5	5	5	3	3	3	24
78	4	4	3	4	4	4	23
79	4	4	4	4	4	2	22
80	4	4	4	4	4	3	23
81	5	5	5	5	4	2	26
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	4	4	4	4	2	22
84	5	5	5	5	4	2	26
85	5	5	5	4	5	2	26
86	4	4	4	4	3	3	22
87	4	4	4	4	4	2	22
88	5	5	5	5	5	3	28
89	5	5	5	5	5	1	26
90	5	5	5	5	5	5	30
91	4	5	3	4	4	3	23
92	4	4	4	3	4	3	22
93	4	4	4	4	4	2	22
94	5	5	4	4	4	2	24
95	5	5	5	4	4	2	25
96	5	5	5	4	4	2	25
97	5	5	5	5	5	3	28
98	5	5	5	5	5	2	27

### Lampiran 3: Output SPSS

#### 1. Hasil Uji Validitas

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.175	.137	.178	.227*	.291**	.442**
	Sig. (2-tailed)		.084	.179	.079	.024	.004	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.2	Pearson Correlation	.175	1	.560**	.199*	.298**	.190	.712**
	Sig. (2-tailed)	.084		.000	.049	.003	.061	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.3	Pearson Correlation	.137	.560**	1	.283**	.154	.120	.663**
	Sig. (2-tailed)	.179	.000		.005	.129	.239	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.4	Pearson Correlation	.178	.199*	.283**	1	.456**	.352**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.079	.049	.005		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.5	Pearson Correlation	.227*	.298**	.154	.456**	1	.652**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.024	.003	.129	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.6	Pearson Correlation	.291**	.190	.120	.352**	.652**	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.004	.061	.239	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	.442**	.712**	.663**	.621**	.704**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98

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

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

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.586**	.349**	.338**	.347**	-.048	.631**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.637	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X2.2	Pearson Correlation	.586**	1	.387**	.441**	.467**	-.114	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.263	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X2.3	Pearson Correlation	.349**	.387**	1	.476**	.388**	.073	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.473	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X2.4	Pearson Correlation	.338**	.441**	.476**	1	.620**	.017	.733**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.868	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X2.5	Pearson Correlation	.347**	.467**	.388**	.620**	1	.168	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.099	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X2.6	Pearson Correlation	-.048	-.114	.073	.017	.168	1	.373**
	Sig. (2-tailed)	.637	.263	.473	.868	.099		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	.631**	.665**	.668**	.733**	.780**	.373**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98

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

**Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.431**	.381**	.145	.207*	.233*	.588**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.153	.041	.021	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Y.2	Pearson Correlation	.431**	1	.510**	.464**	.268**	.177	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.008	.082	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Y.3	Pearson Correlation	.381**	.510**	1	.336**	.227*	.158	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.025	.120	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Y.4	Pearson Correlation	.145	.464**	.336**	1	.306**	.028	.645**
	Sig. (2-tailed)	.153	.000	.001		.002	.782	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Y.5	Pearson Correlation	.207*	.268**	.227*	.306**	1	.430**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.041	.008	.025	.002		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Y.6	Pearson Correlation	.233*	.177	.158	.028	.430**	1	.463**
	Sig. (2-tailed)	.021	.082	.120	.782	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	.588**	.789**	.711**	.645**	.602**	.463**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98

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

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

**Correlations**

		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	TOTAL
Z.1	Pearson Correlation	1	.716**	.676**	.460**	.308**	-.079	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.439	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Z.2	Pearson Correlation	.716**	1	.700**	.465**	.382**	-.071	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.489	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Z.3	Pearson Correlation	.676**	.700**	1	.404**	.318**	-.083	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.418	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Z.4	Pearson Correlation	.460**	.465**	.404**	1	.536**	.072	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.481	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Z.5	Pearson Correlation	.308**	.382**	.318**	.536**	1	.161	.668**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.000		.114	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Z.6	Pearson Correlation	-.079	-.071	-.083	.072	.161	1	.372**
	Sig. (2-tailed)	.439	.489	.418	.481	.114		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	.730**	.760**	.720**	.709**	.668**	.372**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98

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

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

### a. X1

**Reliability Statistics**

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.698	6

### b. X2

**Reliability Statistics**

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.683	6

### c. Y

**Reliability Statistics**

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.710	6

**d. Z**

**Reliability Statistics**

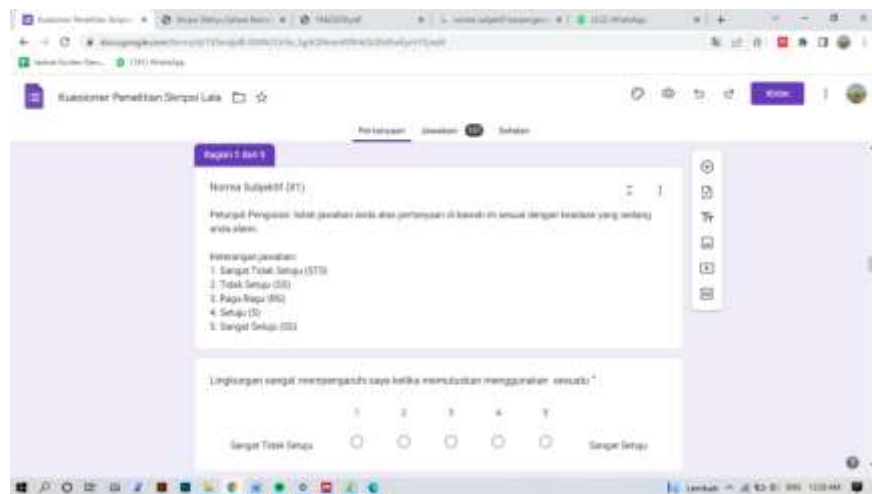
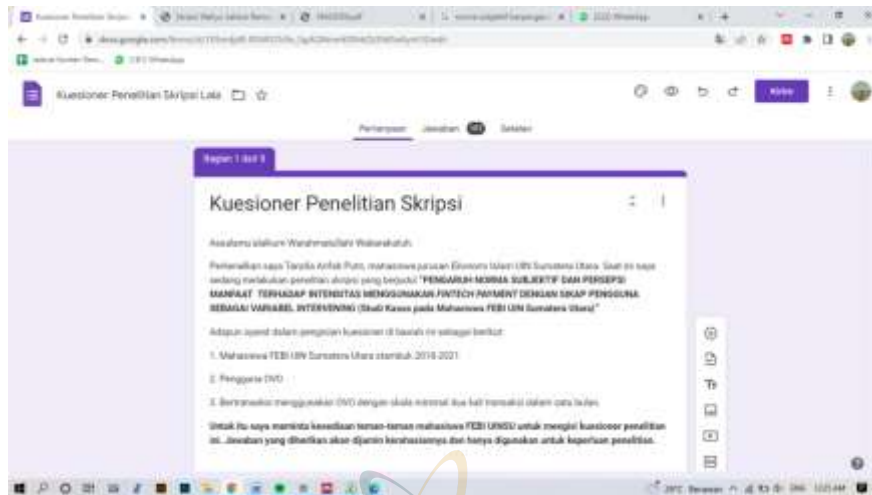
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.686	.748	6

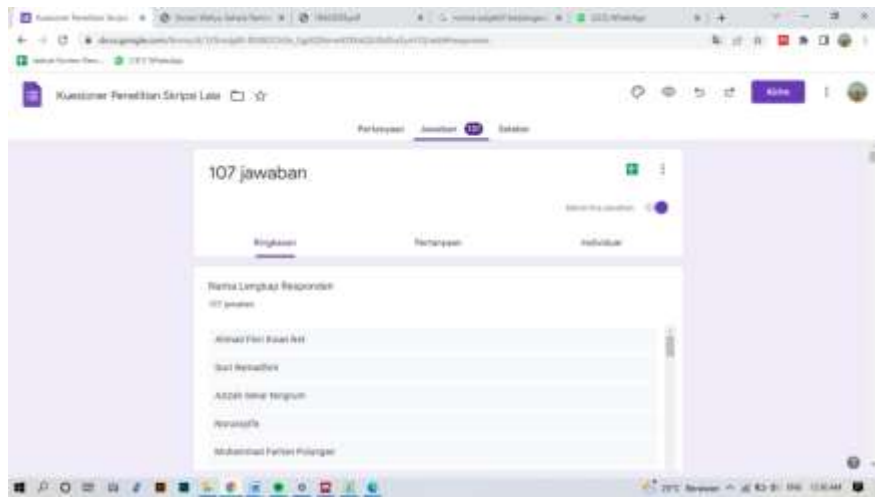


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN



## Lampiran 4 : Dokumentasi Penyebaran Kuesioner





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Tanzila Arifah Putri
2. NIM : 0501183281
3. Tempat/Tanggal Lahir : Medan/13 Juli 2000
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Pekerjaan : Mahasiswa
7. Status : Belum Menikah
8. Alamat : Dusun I Sukamaju, Kec. Sunggal, Kab.  
Deli Serdang
9. No. Hp : 0812-6210-3311
10. Email : tanzilaarifah13@gmail.com

### II. RIWAYAT HIDUP

1. Tamatan MIS Al-Washliyah Medan Krio 2012
2. Tamatan MTs Miftahussalam Medan 2015
3. Tamatan MAN 2 Model Medan 2018

### III. RIWAYAT ORGANISASI

1. KSEI UIE UINSU (2018-2021)
2. LDK AL-IZZAH UINSU (2019-2021)
3. GERAKAN SUMUT MENGAJAR (2019-2020)
4. FoSSEI NASIONAL (2021-2022)