DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Akmal, Azhari. *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Medan: Febi Press, 2015.

Al-Arif, M. Nur Rianto. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2012.

Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Reineka, 1980.

———. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Pt.Rineka Cipta, 2002.

———. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Reineka Cipta, 2010.

Batubara, Chuzaimah. *Handbook Metodologi Studi Islam*. Jakarta Timur: Prenamedia Group, 2018.

Bungin, Burhan. *Analisis Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.

———. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Media Group, N.D.

Djamarah, Syaiful Bahri. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Pt.Rineka Cipta, 2002.

Dkk, Rini Dwi Astuti. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Ub Press., 2012.

Empat, Lupiyoadi Dan Hamdan. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Ghozali, Imam. *Analisis Multivariate Dengan Program*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.

Hair Jr, Joseph F. *Multivariate Data Analysis.* Seventh Ed., 2010.

Hasan, Zubairi. *Undang-Undang Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.

Isa, Muhammad, And Dkk. *Manajemen Pemasaran Bank*. Buku Diktat, 2012.

Jundiani. *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*. Malang: Uin Malang, 2009.

Juni, Donni. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Keller, Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Indoneisa: Pt. Macana Jaya Cemerlang, 2009.

Kementrian Agama Ri. *Al-Quran Dan Terjemahannya*. Solo: Pt. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2014.

Kom, Nurbaiti M. *Sistem Informasi Keuangan/Perbankan*. Febi, 2019.

Komarudin. *Kamus Perbankan*. Jakarta: Grafindo, 1994.

Kotler, Philip, Amstrong Garry. *Priciple Of Marketing*. Ninth Edit. Inc Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 1966.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta: Indeks, 2005.

Kotler, Philip, And Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th Ed. Jakarta: Erlangga, 2012.

Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan I. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Mappier, Andi. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional, 1997.

Mardani. *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*. Cet-Ke 2. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2012.

Nur Aswani Dan Masyhuri. *Metode Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: Uin Maliki Press, 2011.

Peter, J. P. D. & Olson, J. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran.* Jakarta: Erlangga, 2010.

Prasetio, Adhi. *Smart Guide Jualan Online*. Jakarta: Transmedia, 2012.

Pravanti, Yuwita Ariessa, And Nanda Listiana Dita Saputri. "Keputusan Berbelanja Online Di Masa Pandemi." *Jurnal Budimas* Vol.03 (2021).

Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Uinsu Press, 2016.

Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, Dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2009.

hun 2018." Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019.

Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.

Shaleh, Abdul Rahman, And Muhib Abdul Wahab. *Pisikologi Suatu Pengantar (Dalam Prespektif Islam)*. Jakarta: Kencana, 2004.

Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.

Sjahdeini, Sutan Remy. *Perbankan Islam*. Cet-Ke 3. Jakarta: Pt Pustaka Utama Grafiti, 2007.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Cet-Ke 11. Bandung: Alfabeta, 2010.

Sumari'in. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah,*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

Sumitro, Warkum. *Asas-Asas Perbankan Islam Dan Lembaga-Lembaga Terkait Bmui & Takaful Di Indonesia*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 1996.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002.

Tjiptono, Fandy, And Chandra Gregorius. *Pemasaran Global (Konteks Offline Dan Online)*. Yogyakarta: Upp Stim Ykpn, 2012.

Winkel. *Psikologi Pendidikan Dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia, 1983.

Woodworth, R.S, And Marquis D.G. *Psycology*. New York: Holt, 2001.

Yusuf, Muhammad, And Ahmad Yusuf. *1 Jam Membuat Toko Online Dengan*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Joomla Virtuemart. Yogyakarta: Expert, 2012.

Jurnal Dan Skripsi :

Andespa, Roni. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah." *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 2, No. 1 (2017): 43–57.

Aufar Perantauan. "Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah Dalam Transaksi E-Commerce." Skripsi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

Gunawan, Tio Famor, And Anton Bawono. "Diterminasi Keputusan Santri Pada Ponpres Edi Mancoro Kabupaten Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur* 2, No. 2 (2021): 1–10.

Hidayah, Nur. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Di Pasar Baru Panyabungan Untuk Menabung Di Bank Syariah Panyabungan." Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2019.

Kasino Martowinangun, Devita Juniati Sri Lestari. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung." *Jurnal Management* 1 (2019): 139–152.

Kristiyadi, And Sri Hartiyah. "Pengaruh Kelompok Acuan , Religiusitas , Promosi Dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Syariah (Studi Kasus Pada Bmt Tamzis Wonosobo)." *Ekonomi Dan Teknik Informatika* 5, No. Hutabarat 2010 (2016): 44–63.

Mercy. "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Handhone Merek Nokia Di Kota Padang (Studi Kasus Pada Kecamatan Padang Barat Dan Lubuk Kilangan)." *Journal Of Economic And Economic Education* 4, No. 2 (2014): 174–182.

Muhammad Yafiz. "Hubungan Antara Ekonomi Dan Hukum Dalam Islam." *Fakultas Syariah Iain Sumatera Utara* (N.D.): 1–15.

Mujaddid, Fajar, And Pandu Tezar Adi Nugroho. "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam* 10, No. 1 (2019): 14–37.

Muna, Nailul, And Nuri Aslami. "Pentingnya Mengimplementasikan Tanggung Jawab Sosial Dan Etika Bisnis Terhadap Konsumen E-Commerce (Studi Kasus Shopee Online Shop)" 5 (2022): 19–21.

Novianti, Alifah Dwi, And Luqman Hakim. "Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Dengan Variabel Moderating Persepsi." *Jurnal Pendidikan Akuntansi (Jpak)* 9, No. 1 (2021): 116–122. Https://Ejournal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jpak/Article/View/38773%0ahttps://Journal2.Unusa.Ac.Id/Index.Php/Amj/Article/View/2047.

Nst., Muhammad Lathief Ilhamy, Aqwa Naser Daulay, And Nur Ahmadi Bi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN

Rahmani. “Preferensi Pegawai Uin-Su Dalam Menabung Di Bank Syariah.” *Jurnal Human Falah* 2: 2 (2015).

Nugraha, Rifqi. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online.” Skripsi Universitas Diponegoro Semarang, 2013.

Pravanti, Yuwita Ariessa, And Nanda Listiana Dita Saputri. “Keputusan Berbelanja Online Di Masa Pandemi.” *Jurnal Budimas* Vol.03 (2021).

Rifai, Harif Amali. “Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional.” *Jurnal Kerjasama Bank Indonesia Dan Center For Banking Research Universitas Andalas* (2005).

Rizqia, Lina. “Pengaruh Tingkat Kesadaran Nasabah Dan Fasilitas Pelayanan Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Penerima Beasiswa Bi Uin Walisongo Tahun 2018.” Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019.

Saekoko, Astin Naomi, Antonio E L Nyoko, And Ronald P C Fanggidae. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana).” *Journal Of Management : Small And Medium Enterprises (Smes)* 11, No. 1 (2020): 49–64.

Samuji. “Pengetahuan, Ilmu Pengetahuan Dalam Filsafat Dan Islam.” *Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islamma’arif Magetan* 12 (2021): 68.

Saputra, Ahmad Edi. “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Mandiri Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat).” Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Tahun 2021, 2021.

Saraswati, Nurul. “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nsabah Bank Muamalat Kcp Magelang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Magelang).” Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016.

Sari, Ahmad Zamah. “Prepektif Kyai Nahdatul Ulama Di Tulungagung Terhadap Perbankan Syariah.” Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung, 2015.

Sri Maharsi, And Yuliani Mulyadi. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 9, No. 1 (2007): 18–28. Http://Puslit2.Petra.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Aku/Article/View/16812.

Susetyarsi, Th. “Analisis Pengaruh Strategi Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skuter Matik Yamaha Merek Mio Fino Di Kota Semarang.” *Jurnal Stie Semarang* 5, No. 2 (2013): 33–49.

Syahriyal, Syahriyal. “Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknnya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh.” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 4, No. 1 (2019): 139–156.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Ulfatul Khusna. “Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Promosi, Fasilitas, Disposable Income, Dan Pelayanan Perbankan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Iain Tulungagung.” Sripsi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020.

AL-QURAN :

Kementrian Agama Ri. *Al-Quran Dan Terjemahannya*. Solo: Pt. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2014.

WEBSITE :

Haryanto, Agus Tri. “Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta.” Last Modified 2021.https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta.

Kemp, Simon. “Digital 2021: Indonesia.” *2021*. https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia.

https://www.gosumatra.com/kota-medan/

https://pemkomedan.go.id/hal-sejarah-kota-medan.html

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda pada kolom yang sudah disediakan.
2. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberi cheklist (√) dari pernyataan di bawah ini :

SS (Sangat Setuju)	: skor 5
S (Setuju)	: skor 4
N (Netral)	: skor 3
TS (Tidak Setuju)	: skor 2
STS (Sangat Tidak Setuju)	: skor 1

Dalam satu nomor tidak boleh ada jawaban atau tanda cheklist (√) lebih dari satu.

Identitas Responden

Nama :

Email :

Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐Wanita

Usia : ☐ 18- 30 Tahun

☐ 31- 40 Tahun

☐ 41- 50 Tahun

☐ 51- 60 Tahun

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Pendidikan Terakhir : ☐ SD

☐ SMP

☐ SMA

☐ Sarjana

DAFTAR PERNYATAAN

PENGETAHUAN (X1)						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pengetahuan tentang perbankan syariah.						
1.	Bank syariah ketika menjalankan akitivtas bisnis operasionalnya, tentu berdasarkan landasan syariah					
2.	Ketika menjalankan aktivitasnya bahwa bank syariah tidak mengimplementasikan system bunga					
Pengetahuan tentang karakteristik produk pada bank syariah.						
1.	Terdapat kharaktersitik produk yang saya ketahui dari bank syariah, dimana produk tersebut memprioritaskan sejahtera dunia dan akhirat					
2.	Di bank syariah transaksinya dengan melalui akad-akad yang sesuai dengan syariah					
Kemudahan dalam akses						
1.	Jasa *Mobile Banking* yang ditawarkan bank syariah memudahkan saya untuk bertransaksi secara *online*					

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

2.	Pengambilan Tabungan dapat dengan mudah dilakukan melalui ATM yang telah disediakan oleh Bank Syariah					

FASILITAS PELAYANAN (X2)						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
E-Channel lebih memudahkan transaksi						
1.	Fasilitas *Mobile banking* bank syariah mempunyai beragam fitur yang saya butuhkan					
2.	Bank syariah mempunyai fasilitas *Mobile banking* yang memungkinkan saya untuk bertransaksi dengan aman.					
ATM Tersebar dan mudah dijumpai						
1.	Bank Syariah memiliki ATM yang tersebar di berbagai lokasi memudahkan saya melakukan penarikan tunai					
2.	ATM bank syariah mempunyai banyak fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya					
Ruang Kantor Bersih						
1.	Ruangan kantor yang bersih dipunyai oleh bank syariah					
2.	Ruangan kantor dari bank syariah disesuaikan dengan bidang masing-masing untuk kebutuhan nasabah					
Ruang tunggu dan tempat duduk yang nyaman						
1.	Bank sayariah mempunyai ruangan tunggu dan dilengkapi dengan *Air Conditioner*					
2.	Pada ruang tunggu bank syariah tersedia tempat duduk yang memadai untuk nasabah					
Tempat parkir luas dan aman						

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

1.	Terdapat tempat parkit bagi kendaraan para nasabah yang aman di bank syariah					
2.	Terdapat halaman parkir yang luas bagi nasabah di bank syariah					

PROMOSI (X3)						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Periklanan						
1.	Papan reklame bank syariah dapat saya jumpai di mana saja					
2.	Produk bank syariah dipromosikan dengan menyebutkan spesifikasi fungsi kegunaannya					
Promosi Penjualan						
1.	Bank syariah mempromosikan produknya secara inovatif sehingga mudah dipahami					
2.	Bank syariah memberitahukan keunggulan produk yang ditawarkan					
Publikasi						
1.	Bank Syariah sering mengadakan *event* dalam mempromosikan produknya untuk mendorong minat nasabah					
2.	Bank syariah selalu mengadakan kegiatan social, sehingga saya tertarik untuk menggunakan bank syariah					
Penjualan Pribadi						
1.	Karyawan bank syariah memberikan brosur yang informatif kepada setiap masyarakat					
2.	Saya tertarik menggunakan bank syariah karena karyawan bank syariah menjelaskan produknya dengan secara detail					

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

MINAT (Y)						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Perhatian *(Attention)*						
1.	Saya sering mengikuti perkembangan bank syariah dari tahun-ketahun					
2.	Saya mengetahui produk yang ada pada bank syariah					
Ketertarikan *(Interest)*						
1.	Saya tertarik dengan sistem bebas bunga pada bank syariah					
2.	Fasilitas-fasilitas yang ada di bank syariah membuat saya tertarik					
Keinginan *(Disire)*						
1.	Sistem bagi hasil yang ada di bank syariah membuat saya tertarik					
2.	Saya menggunakan jasa bank syariah karena bank syariah memudahkan saya dalam kegiatan bertransaksi					
Keyakinan *(Convivtion)*						
1.	Agar terhindar dari riba, saya yakin akan menggunakan bank syariah					
2.	Karena produk bank syariah sesuai dengan prinsip Islam, maka saya akan menggunakan produk dari bank syariah					

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden

Variabel Pengetahuan (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
4	5	5	4	4	4	26
5	5	3	5	3	5	26
5	4	5	4	5	4	27
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30

5	4	3	4	5	4	25
4	5	3	3	3	4	22
4	5	4	5	3	5	26
5	5	4	4	4	4	26
5	3	3	5	3	4	23
5	5	4	5	4	5	28
5	4	5	4	5	5	28
3	4	4	5	5	4	25
4	3	4	4	4	4	23
4	5	4	4	4	3	24
5	5	4	4	5	4	27
4	5	5	5	4	4	27
4	4	4	3	4	5	24
5	2	3	4	5	4	23
4	4	5	4	5	5	27
5	5	5	4	3	3	25
2	2	3	3	3	4	17
4	4	4	4	3	4	23
4	5	5	5	5	4	28
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	3	3	22
5	5	4	5	3	3	25
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
5	3	4	5	4	4	25
5	5	5	5	5	4	29
4	3	4	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	3	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	4	5	23
4	3	4	4	4	4	23
5	3	4	4	4	3	23
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	3	26
4	2	4	4	3	4	21
3	4	4	5	4	5	25
4	4	3	4	4	3	22
4	3	4	5	3	3	22
5	4	4	4	5	3	25
4	3	4	4	4	4	23
2	3	4	4	5	4	22
5	2	4	4	3	2	20
5	5	5	5	3	3	26

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

4	3	4	4	4	4	23
4	4	3	4	4	4	23
3	3	3	4	5	5	23
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	3	28
4	4	3	4	5	4	24
5	4	5	5	5	5	29
4	2	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	2	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	5	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
5	3	4	5	5	5	27
5	5	5	5	3	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	3	4	23
4	5	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	4	4	22
4	3	4	4	5	4	24
5	3	5	4	4	4	25
4	4	3	4	4	4	23
3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	5	3	5	26
5	4	5	5	4	4	27

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Variabel Fasilitas Pelayanan (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL
5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	41
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	47
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	47
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	44
5	3	2	3	3	5	3	5	5	5	39

3	4	4	3	5	5	4	5	5	5	43
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	45
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	47
4	4	5	1	4	4	4	4	5	4	39
4	4	2	2	3	5	5	2	4	5	36
4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
4	4	4	4	5	4	4	5	3	3	40
4	5	4	4	4	5	3	3	5	5	42
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	47
5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	41
3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	40
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	43
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	43
3	3	2	5	4	4	4	4	5	3	37
3	3	5	5	5	5	5	4	4	3	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	4	3	5	3	42
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	3	3	4	4	5	4	41
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	3	4	4	3	4	5	4	3	38
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	45
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
3	3	5	5	3	3	5	4	5	5	41
5	2	5	5	5	4	5	3	4	5	43
3	4	4	5	4	5	4	4	4	3	40
4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	42
4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45
3	3	5	3	5	5	4	5	3	2	38
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
4	4	4	5	4	4	4	2	4	3	38
5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	45
5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	2	3	5	5	3	4	5	4	38
5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	44
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	43
5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	46
4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	44
5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	44
4	2	5	5	4	5	4	5	4	4	42
3	3	5	3	3	5	3	4	3	4	36
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
3	3	5	4	4	4	5	4	5	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	3	5	4	5	3	3	39
5	3	3	5	4	4	4	5	4	4	41
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	37
4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	43
3	5	4	1	5	4	5	5	2	1	35
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	39
3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	34
4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	39
5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	45

Variabel Promosi (x3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOTAL
3	3	4	4	4	4	3	4	29
5	5	5	5	5	5	4	4	38
4	4	4	4	5	5	3	4	33
4	4	3	4	4	3	4	4	30
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	5	4	5	34
2	4	4	5	5	5	4	4	33
3	4	4	5	5	5	3	4	33
3	3	4	4	3	3	3	3	26
2	3	4	4	3	4	3	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	5	4	4	5	4	5	35
3	3	4	5	4	4	4	4	31

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN

3	4	4	5	4	3	3	4	30
3	4	4	4	3	3	4	3	28
4	4	4	4	4	3	3	4	30
3	4	4	5	5	5	5	4	35
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	5	5	5	4	4	4	4	36
4	4	4	5	4	4	4	4	33
2	3	4	4	3	5	3	4	28
3	3	4	4	3	3	3	5	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	4	4	4	36
2	2	3	4	3	3	4	5	26
2	3	4	4	2	2	2	2	21
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	4	5	4	4	3	3	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	4	3	3	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	5	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	3	4	29
5	4	4	5	2	4	5	2	31
5	3	4	5	3	3	2	5	30
2	3	4	3	3	3	3	4	25
2	3	4	4	3	2	3	5	26
4	3	3	4	3	2	4	4	27
3	4	4	4	3	3	5	5	31
1	2	2	4	5	5	5	2	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	3	4	4	32
5	5	3	4	3	3	3	5	31
2	5	4	4	3	3	5	5	31
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	4	3	4	4	3	5	4	31
5	4	2	5	3	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	5	33

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	2	4	4	4	4	4	30
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	5	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	3	3	3	4	26
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	2	5	5	5	5	4	34
4	4	4	5	3	3	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	3	5	4	32
3	3	3	3	3	3	5	3	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	2	5	5	5	5	5	37
3	4	3	3	3	4	5	3	28
4	4	4	4	4	4	5	4	33
2	4	3	5	1	5	3	5	28
5	4	4	4	4	3	4	4	32
5	5	2	3	3	3	3	3	27
5	4	4	4	4	5	5	4	35
4	4	5	5	4	4	4	5	35

Variabel Minat (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
4	3	5	5	4	4	4	4	33
5	5	5	4	4	5	4	5	37
4	5	4	4	5	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	4	4	4	3	30
5	5	4	4	4	5	5	5	37
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	4	3	4	4	5	3	3	31
5	4	5	4	4	4	5	5	36
4	4	4	4	5	5	4	5	35
4	4	2	3	5	5	4	5	32
4	3	5	5	5	5	5	5	37
3	4	4	4	4	4	4	4	31
2	4	5	4	4	4	5	4	32
4	4	5	4	4	4	5	4	34
4	5	5	4	4	5	5	5	37

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

3	2	5	3	4	4	4	3	28
5	5	4	4	5	4	4	5	36
4	5	5	5	5	5	5	5	39
3	2	5	5	5	4	5	5	34
5	4	4	3	5	4	2	2	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	2	4	4	4	4	3	3	29
5	4	5	4	3	2	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	4	5	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	4	5	5	5	38
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	2	4	5	3	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	5	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	5	4	4	4	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	5	5	3	4	5	5	33
2	3	2	4	5	4	5	5	30
5	3	4	4	4	4	5	5	34
4	4	3	4	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	4	4	3	4	3	4	30
5	4	5	5	4	3	5	5	36
3	3	5	4	3	3	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	4	5	4	5	5	5	4	36
4	3	5	5	5	4	5	5	36
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	4	4	3	4	29
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	5	4	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	5	5	4	4	5	4	4	35
4	4	2	4	4	4	4	4	30
3	4	4	4	4	3	3	3	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	4	4	5	5	5	36
3	3	5	4	4	4	4	5	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	4	4	3	4	4	29
4	3	4	4	3	4	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	5	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	2	5	2	5	5	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	3	4	4	3	29
4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	5	4	5	4	5	4	5	37

Lampiran 3 Karakteristik Responden dan Analisis Deskriptif

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PRIA	15	18.8	18.8	18.8
	WANITA	65	81.3	81.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olahan IBM SPSS Statistics 25.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-30	56	70.0	70.0	70.0
	31-40	20	25.0	25.0	95.0
	41-50	4	5.0	5.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olahan IBM SPSS Statistics 25.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	39	48.8	48.8	48.8
	SARJANA	41	51.2	51.2	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olahan IBM SPSS Statistics 25.

		TOTAL_X1	TOTAL_X2	TOTAL_X3	TOTAL_Y
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0
Mean		24.86	42.88	31.86	33.64
Median		25.00	42.00	32.00	33.00
Std. Deviation		2.858	3.869	4.015	3.469
Minimum		17	34	21	28
Maximum		30	50	40	40
Sum		1989	3430	2549	2691

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.376**	.409**	.494**	.170	.071	.647**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.131	.533	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	.376**	1	.412**	.343**	.166	.246*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.002	.140	.028	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.3	Pearson Correlation	.409**	.412**	1	.514**	.286*	.163	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.010	.149	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80

X1.4	Pearson Correlation	.494**	.343**	.514**	1	.221*	.225*	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.048	.045	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.5	Pearson Correlation	.170	.166	.286*	.221*	1	.383**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.131	.140	.010	.048		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.6	Pearson Correlation	.071	.246*	.163	.225*	.383**	1	.533**
	Sig. (2-tailed)	.533	.028	.149	.045	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.647**	.690**	.710**	.704**	.579**	.533**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.297**	.085	.353**	.255*	.179	.159	.159	.252*	.487**	.619**
	Sig. (2-tailed)		.007	.456	.001	.022	.113	.160	.159	.024	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	.297**	1	.112	.124	.389**	.068	.187	.323**	.229*	.200	.562**
	Sig. (2-tailed)	.007		.324	.274	.000	.548	.096	.003	.041	.076	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	.085	.112	1	.214	.196	.097	.225*	.155	.004	.155	.438**
	Sig. (2-tailed)	.456	.324		.057	.081	.392	.045	.171	.975	.170	.000

	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	.353**	.124	.214	1	.216	-.013	.217	.127	.237*	.285*	.555**
	Sig. (2-tailed)	.001	.274	.057		.054	.908	.053	.262	.034	.010	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.5	Pearson Correlation	.255*	.389**	.196	.216	1	.200	.333**	.369**	.121	.110	.588**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.081	.054		.076	.003	.001	.286	.329	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.6	Pearson Correlation	.179	.068	.097	-.013	.200	1	.070	.130	.089	.238*	.360**
	Sig. (2-tailed)	.113	.548	.392	.908	.076		.536	.250	.433	.033	.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.7	Pearson Correlation	.159	.187	.225*	.217	.333**	.070	1	.227*	.169	.122	.501**
	Sig. (2-tailed)	.160	.096	.045	.053	.003	.536		.043	.134	.280	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.8	Pearson Correlation	.159	.323**	.155	.127	.369**	.130	.227*	1	.098	.033	.492**
	Sig. (2-tailed)	.159	.003	.171	.262	.001	.250	.043		.389	.773	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.9	Pearson Correlation	.252*	.229*	.004	.237*	.121	.089	.169	.098	1	.523**	.518**
	Sig. (2-tailed)	.024	.041	.975	.034	.286	.433	.134	.389		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.10	Pearson Correlation	.487**	.200	.155	.285*	.110	.238*	.122	.033	.523**	1	.615**

	Sig. (2-tailed)	.000	.076	.170	.010	.329	.033	.280	.773	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.619**	.562**	.438**	.555**	.588**	.360**	.501**	.492**	.518**	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.642**	.258*	.257*	.351**	.219	.269*	.223*	.664**
	Sig. (2-tailed)		.000	.021	.021	.001	.051	.016	.046	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.2	Pearson Correlation	.642**	1	.300**	.377**	.429**	.379**	.417**	.332**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.001	.000	.001	.000	.003	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.3	Pearson Correlation	.258*	.300**	1	.286*	.282*	.223*	.064	.291**	.519**
	Sig. (2-tailed)	.021	.007		.010	.011	.047	.575	.009	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.4	Pearson Correlation	.257*	.377**	.286*	1	.349**	.473**	.231*	.312**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.021	.001	.010		.002	.000	.039	.005	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.5	Pearson Correlation	.351**	.429**	.282*	.349**	1	.620**	.474**	.279*	.745**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.011	.002		.000	.000	.012	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.6	Pearson Correlation	.219	.379**	.223*	.473**	.620**	1	.461**	.263*	.705**
	Sig. (2-tailed)	.051	.001	.047	.000	.000		.000	.018	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80

X3.7	Pearson Correlation	.269*	.417**	.064	.231*	.474**	.461**	1	.157	.603**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.575	.039	.000	.000		.163	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.8	Pearson Correlation	.223*	.332**	.291**	.312**	.279*	.263*	.157	1	.537**
	Sig. (2-tailed)	.046	.003	.009	.005	.012	.018	.163		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.664**	.758**	.519**	.598**	.745**	.705**	.603**	.537**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.463**	.123	.358**	.166	.325**	.087	.202	.556**
	Sig. (2-tailed)		.000	.276	.001	.140	.003	.443	.073	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.2	Pearson Correlation	.463**	1	.109	.157	.329**	.455**	.208	.274*	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000		.336	.165	.003	.000	.064	.014	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.3	Pearson Correlation	.123	.109	1	.375**	.227*	.083	.374**	.336**	.532**
	Sig. (2-tailed)	.276	.336		.001	.043	.464	.001	.002	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.4	Pearson Correlation	.358**	.157	.375**	1	.204	.218	.451**	.405**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.001	.165	.001		.069	.052	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.5	Pearson Correlation	.166	.329**	.227*	.204	1	.480**	.269*	.450**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.140	.003	.043	.069		.000	.016	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80

Y.6	Pearson Correlation	.325**	.455**	.083	.218	.480**	1	.347**	.391**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.464	.052	.000		.002	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.7	Pearson Correlation	.087	.208	.374**	.451**	.269*	.347**	1	.740**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.443	.064	.001	.000	.016	.002		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.8	Pearson Correlation	.202	.274*	.336**	.405**	.450**	.391**	.740**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.073	.014	.002	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.556**	.619**	.532**	.604**	.613**	.651**	.685**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

UJI REABILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	80	100.0

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

M NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded[a]	0	.0

	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	10

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	8

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	80	100.0

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

M NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	8

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31363912
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.078
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.745[a]	.555	.538	2.359	2.059

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.720	3.040		1.882	.064		
	TOTAL_X1	.277	.118	.228	2.342	.022	.616	1.624
	TOTAL_X2	.269	.097	.300	2.786	.007	.504	1.986
	TOTAL_X3	.298	.088	.344	3.386	.001	.566	1.768

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.578	1.945		.297	.767

	TOTAL_X1	-.058	.076	-.110	-.764	.447
	TOTAL_X2	.091	.062	.234	1.467	.146
	TOTAL_X3	-.040	.056	-.108	-.716	.476

a. Dependent Variable: RES_2

Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji T , Uji F, Dan Uji Determinasi R2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.720	3.040		1.882	.064
	TOTAL_X1	.277	.118	.228	2.342	.022
	TOTAL_X2	.269	.097	.300	2.786	.007
	TOTAL_X3	.298	.088	.344	3.386	.001

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	527.606	3	175.869	31.607	.000[b]
	Residual	422.881	76	5.564		
	Total	950.488	79			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

SUMATERA UTARA MEDAN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745[a]	.555	.538	2.359

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2