

**LAMPIRAN 1. KUISIONER PENELITIAN : Keputusan Nasabah Bank Syariah Mandiri dalam Menggunakan *Mobile Banking (MB)* pada Bank Syariah Mandiri KCP Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

## **KUISIONER PENELITIAN**

### **IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : ..... (boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin :  1. Laki-laki  2. Perempuan
3. Usia :  1. Dibawah 25 th  2. 26 – 35 th  
 3. 36 – 45 th  4. Diatas 46 th
4. Pendidikan :  1. SLTP  2. SLTA  
 3. Diploma  4. Sarjana
5. Keputusan di Mobile Banking (MB) :  1. Bersamaan buka rekening  
 2. Setelah beberapa bulan membuka Rekening
6. Intensitas Penggunaan Mobile Banking (MB) per Bulan :  1. Media Elektronik  2. Media Cetak  
 3. Customer Service  4. Lainnya
7. Sumber Informasi Mobile Banking (MB) :  1. Kurang dari 5 kali  2. 6-10 kali  
 3. Di atas 11 kali

### **CATATAN**

Berikut ini kami sajikan pernyataan yang berkaitan dengan Teknologi Informasi, Strategi Pemasaran dan Keputusan Nasabah dalam menggunakan fasilitas Mobile Banking pada Bank Syariah Mandiri. Jawaban saudara semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian, dijamin kerahasiaannya dan tidak akan mempengaruhi kredibilitas kerja saudara.

## **PETUNJUK PENGISIAN**

1. Berilah tanda (√) pada alternatif jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS)
2. Agar kami tidak mengalami kesulitan dalam menganalisis dan menafsirkan data, mohon kepada Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pertanyaan ini seluruhnya, karena semua jawaban tidak ada yang salah dan apapun jawaban Bapak/Ibu akan bermanfaat bagi penelitian kami.
3. Bila menurut pendapat Bapak/Ibu tidak ada jawaban yang tepat, pilihan dapat diberikan pada jawaban yang paling mendekati dengan pendapat Bapak/Ibu.

## **PERNYATAAN-PERNYATAAN**

### **TEKNOLOGI INFORMASI**

1. Kecepatan transaksi dengan *Mobile Banking (BM)* sangat tinggi
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
2. Transaksi yang dilakukan dengan menggunakan *Mobile Banking (BM)* sangat efektif
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
3. Saya dapat melakukan transaksi perbankan selama 24 jam dengan *mobile banking*
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
4. Saya melakukan transaksi perbankan dengan *Mobile Banking (BM)* tanpa antrian
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
5. Transaksi perbankan dengan *Mobile Banking (BM)* dapat menghemat waktu dan tenaga
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju

## **STRATEGI PEMASARAN**

1. Pihak BSM menerapkan strategi pemasaran *Mobile Banking (BM)* dengan menawarkan kelengkapan fasilitas dalam transaksi perbankan
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
2. Pihak BSM memberikan layanan kecepatan akses transaksi *Mobile Banking (BM)*
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
3. Pihak BSM memberikan layanan ketepatan dalam transaksi *Mobile Banking (BM)*
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
4. Pihak BSM mengedepankan kepuasan nasabah dalam memasarkan *Mobile Banking (BM)*
5. Saya mengenal *Mobile Banking (BM)* BSM dari promosi yang dilakukan oleh BSM
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju

## **KEPUTUSAN NASABAH**

1. Saya melakukan pengenalan terhadap kebutuhan saya terhadap produk *Mobile Banking (BM)*
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya melakukan pencarian informasi terkait *Mobile Banking (BM)*
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
3. Saya melakukan Perencanaan terlebih dahulu untuk menjadi nasabah *Mobile Banking (BM)*
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
4. Saya melakukan evaluasi atas kelebihan-kelebihan pada *Mobile Banking (BM)*
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju

5. Saya melakukan evaluasi atas kekurangan-kekurangan pada *Mobile Banking (BM)*
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
6. Saya memutuskan untuk bergabung menjadi nasabah *Mobile Banking (BM)*
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
7. Saya merasakan nilai manfaat *Mobile Banking (BM)* dalam transaksi perbankan
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju





RESP	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Awal Pengg. MB	Intensitas Pengg. MB	Informasi MB	Informasi Teknologi (X1)					Strategi Pemasaran (X2)					Keputusan Nasabah (Y)									
							x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	Jml	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	Jml	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	Jml
46	1	4	3	1	3	3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
47	1	3	5	2	1	2	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	4	4	32
48	1	2	3	1	2	3	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21	5	5	4	5	4	4	4	31
49	1	2	5	2	3	3	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	3	33
50	1	2	4	1	3	3	5	4	4	4	3	20	4	5	4	3	5	21	4	4	5	4	3	4	4	28
51	1	4	1	2	3	3	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	5	29
52	1	3	4	1	2	3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	4	34
53	1	2	4	2	1	4	3	4	4	4	5	20	4	3	4	4	3	18	4	4	3	4	4	4	4	27
54	1	1	3	1	3	4	3	5	5	4	4	21	5	3	5	5	3	21	5	3	3	5	5	3	5	29
55	2	2	4	2	2	1	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	4	5	4	33
56	2	3	2	1	3	1	4	4	4	3	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	3	4	27
57	2	2	4	2	2	1	5	4	5	4	5	23	5	5	4	3	5	22	4	4	5	4	3	4	3	27
58	1	1	2	1	3	4	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
59	1	2	4	1	3	3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
60	2	4	2	1	3	4	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	4	4	32
61	1	1	5	1	3	3	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21	5	5	4	5	4	4	4	31
62	1	2	3	1	2	3	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	35
63	2	3	5	2	3	3	4	4	3	4	4	19	5	5	4	3	5	22	4	4	5	4	3	4	4	28
64	1	2	1	2	2	1	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	4	5	5	34
65	1	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	3	4	27
66	2	3	5	2	1	1	5	4	5	4	3	21	4	5	4	3	5	21	4	4	5	4	3	4	3	27
67	1	2	5	2	3	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
68	2	3	4	2	2	3	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	35
69	1	3	1	2	3	1	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	5	3	32
70	2	4	5	1	1	3	4	5	5	4	4	22	5	4	5	5	4	23	5	5	4	5	5	4	5	33

RESP	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Awal Pengg. MB	Intensitas Pengg. MB	Informasi MB	Informasi Teknologi (X1)					Strategi Pemasaran (X2)					Keputusan Nasabah (Y)									
							x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	Jml	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	Jml	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	Jml
71	2	3	4	1	3	3	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	4	21	3	5	5	5	4	4	3	29
72	1	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	19	5	5	5	4	4	23	3	4	5	4	4	3	4	27
73	2	3	4	1	2	4	4	3	5	5	4	21	5	5	4	4	3	21	4	5	4	4	4	4	5	30

**KETERANGAN :**

**JENIS KELAMIN**

1. Laki-laki
2. Perempuan

**USIA**

1. Dibawah 25 th
2. 26 – 35 th
3. 36 – 45 th
4. Diatas 46 th

**TINGKAT PENDIDIKAN**

1. SLTP
2. SLTA
3. Diploma
4. Sarjana S1
5. Sarjana S2

**KEPUTUSAN DI MOBILE BANKING (MB)**

1. Bersamaan buka rekening
2. Setelah beberapa bulan membuka Rekening

**INTENSITAS PENGGUNAAN MOBILE BANKING (MB) PER BULAN**

1. Kurang dari 5 kali
2. 6-10 kali
3. Di atas 11 kali

**SUMBER INFORMASI MOBILE BANKING (MB)**

1. Media Elektronik
2. Media Cetak
3. Customer Service
4. Lainnya



**LAMPIRAN 3. Karakteristik Responden Nasabah *Mobile Banking (MB)* Bank Syariah Mandiri**

**Frequencies**

**Statistics**

		Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Masa Kerja
N	Valid	73	73	73	73
	Missing	0	0	0	0

**Statistics**

		Waktu Awal Penggunaan MB	Jumlah Penggunaan MB	Informasi MB
N	Valid	73	73	73
	Missing	0	0	0

**Frequency Table**

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	49	67.1	67.1	67.1
	Perempuan	24	32.9	32.9	100.0
Total		73	100.0	100.0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dibawah 25 th	11	15.1	15.1	15.1
	26-35 th	19	26.0	26.0	41.1
	36-45 th	27	37.0	37.0	78.1
	Diatas 46 th	16	21.9	21.9	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

**Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTP	6	8.2	8.2	8.2
	SMU	20	27.4	27.4	35.6
	Diploma	15	20.5	20.5	56.2
	Sarjana (S1)	22	30.1	30.1	86.3
	Sarjana (S2)	10	13.7	13.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/Pelajar	31	42.5	42.5	42.5
	PNS	29	39.7	39.7	82.2
	Karyawan Swasta	7	9.6	9.6	91.8
	TNI/Polri	6	8.2	8.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

**Waktu Awal Penggunaan MB**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersamaan Buka Rekening	35	47.9	47.9	47.9
	Beberapa Waktu Setelah Buka Rekening	38	52.1	52.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

**Jumlah Penggunaan MB**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 5 kali	15	20.5	20.5	20.5
	6-10 kali	24	32.9	32.9	53.4
	Di atas 11 kali	34	46.6	46.6	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

**Informasi MB**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Media Elektronik	14	19.2	19.2	19.2
	Media Cetak	2	2.7	2.7	21.9
	Customer Service	43	58.9	58.9	80.8
	Lainnya	14	19.2	19.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

## LAMPIRAN 4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuisiener Variabel Teknologi Informasi (X<sub>1</sub>)

### Hasil Uji Validitas Kuisiener Variabel Teknologi Informasi (X<sub>1</sub>)

#### Correlations

		Total X1
x1.1	Pearson Correlation	,681**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
x1.2	Pearson Correlation	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
x1.3	Pearson Correlation	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
x1.4	Pearson Correlation	,730**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
x1.5	Pearson Correlation	,430**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
Total X1	Pearson Correlation	1
	N	73

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level

### Hasil Uji Reliabilitas Kuisiener Variabel Teknologi Informasi (X<sub>1</sub>)

#### Reliability

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	73	100,0

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,603	5

## LAMPIRAN 5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuisiener Variabel Strategi Pemasaran (X<sub>2</sub>)

### Hasil Uji Validitas Kuisiener Variabel Strategi Pemasaran (X<sub>2</sub>)

#### Correlations

		Total X <sub>2</sub>
x2.1	Pearson Correlation	,614**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
x2.2	Pearson Correlation	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
x2.3	Pearson Correlation	,634**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
x2.4	Pearson Correlation	,590**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
x2.5	Pearson Correlation	,718**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
Total X <sub>2</sub>	Pearson Correlation	1
	N	73

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level

### Hasil Uji Reliabilitas Kuisiener Variabel Strategi Pemasaran (X<sub>2</sub>)

#### Reliability

		N	%
Cases	Valid	73	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	73	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,660	5

## LAMPIRAN 6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuisiener Variabel Keputusan Nasabah (Y)

### Hasil Uji Validitas Kuisiener Variabel Keputusan Nasabah (Y)

#### Correlations

		Total Y
y1	Pearson Correlation	,704**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
y2	Pearson Correlation	,685**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
y3	Pearson Correlation	,562**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
y4	Pearson Correlation	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
y5	Pearson Correlation	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
y6	Pearson Correlation	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73
y7	Pearson Correlation	,322**
	Sig. (2-tailed)	,005
	N	73
Total Y	Pearson Correlation	1
	N	73

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level

### Hasil Uji Reliabilitas Kuisiener Variabel Keputusan Nasabah (Y)

#### Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	73	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	73	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,763	7

## LAMPIRAN 7. Distribusi Frekwensi Skor Kuisisioner Variabel Teknologi Informasi ( $X_1$ )

**Frequencies****Statistics**

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5
N	Valid	73	73	73	73	73
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,34	4,47	4,26	4,22	4,26
Sum		317	326	311	308	311

**Frequency Table****x1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Netral	9	12,3	12,3	12,3
	Setuju	30	41,1	41,1	53,4
	Sangat Setuju	34	46,6	46,6	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

**x1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Netral	4	5,5	5,5	5,5
	Setuju	31	42,5	42,5	47,9
	Sangat Setuju	38	52,1	52,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

**x1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Netral	9	12,3	12,3	12,3
	Setuju	36	49,3	49,3	61,6
	Sangat Setuju	28	38,4	38,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

x1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Netral	7	9,6	9,6	9,6
	Setuju	43	58,9	58,9	68,5
	Sangat Setuju	23	31,5	31,5	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

x1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Netral	9	12,3	12,3	12,3
	Setuju	36	49,3	49,3	61,6
	Sangat Setuju	28	38,4	38,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

## LAMPIRAN 8. Distribusi Frekwensi Skor Kuisisioner Variabel Strategi Pemasaran (X<sub>2</sub>)

### Frequencies

Statistics

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5
N	Valid	73	73	73	73	73
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,42	4,40	4,42	4,32	4,40
Sum		323	321	323	315	321

### Frequency Table

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Netral	2	2,7	2,7	2,7
	Setuju	38	52,1	52,1	54,8
	Sangat Setuju	33	45,2	45,2	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Netral	9	12,3	12,3	12,3
	Setuju	26	35,6	35,6	47,9
	Sangat Setuju	38	52,1	52,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

x2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	3	4,1	4,1	4,1
Setuju	36	49,3	49,3	53,4
Sangat Setuju	34	46,6	46,6	100,0
Total	73	100,0	100,0	

x2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	10	13,7	13,7	13,7
Setuju	30	41,1	41,1	54,8
Sangat Setuju	33	45,2	45,2	100,0
Total	73	100,0	100,0	

x2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	8	11,0	11,0	11,0
Setuju	28	38,4	38,4	49,3
Sangat Setuju	37	50,7	50,7	100,0
Total	73	100,0	100,0	

## LAMPIRAN 9. Distribusi Frekwensi Skor Kuisisioner Variabel Keputusan Nasabah (Y)

### Frequencies

Statistics

	y1	y2	y3	y4	y5
N Valid	73	73	73	73	73
Missing	0	0	0	0	0
Mean	4,40	4,36	4,41	4,52	4,18
Sum	321	318	322	330	305

Statistics

	y6	y7
N Valid	73	73
Missing	0	0
Mean	4,12	4,10
Sum	301	299

### Frequency Table

y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	5	6,8	6,8	6,8
Setuju	34	46,6	46,6	53,4
Sangat Setuju	34	46,6	46,6	100,0
Total	73	100,0	100,0	



y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	6,8	6,8	6,8
	Setuju	37	50,7	50,7	57,5
	Sangat Setuju	31	42,5	42,5	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	10	13,7	13,7	13,7
	Setuju	23	31,5	31,5	45,2
	Sangat Setuju	40	54,8	54,8	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	1,4	1,4	1,4
	Setuju	33	45,2	45,2	46,6
	Sangat Setuju	39	53,4	53,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	12	16,4	16,4	16,4
	Setuju	36	49,3	49,3	65,8
	Sangat Setuju	25	34,2	34,2	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	13	17,8	17,8	17,8
	Setuju	38	52,1	52,1	69,9
	Sangat Setuju	22	30,1	30,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	13	17,8	17,8	17,8
	Setuju	40	54,8	54,8	72,6
	Sangat Setuju	20	27,4	27,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

**LAMPIRAN 10. Analisis Regresi Linier Berganda : Pengaruh Variabel Teknologi Informasi (X<sub>1</sub>) dan Strategi Pemasaran (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Nasabah (Y)**

**Regression**

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Nasabah (Y)	30.08	2.924	73
Informasi Teknologi (X <sub>1</sub> )	21.55	2.014	73
Strategi Pemasaran (X <sub>2</sub> )	21.96	2.104	73

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Strategi Pemasaran (X <sub>2</sub> ), Informasi Teknologi (X <sub>1</sub> ) <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.849 <sup>a</sup>	.721	.713	1.567	1.495

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran (X2), Informasi Tek  
 b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	443.679	2	221.839	90.374	.000 <sup>a</sup>
	Residual	171.828	70	2.455		
	Total	615.507	72			

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran (X2), Informasi Teknologi (X1)  
 b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Informasi Teknologi (X1)	.419	2.387
	Strategi Pemasaran (X2)	.419	2.387

a. Dependent Variable: Keputusa

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

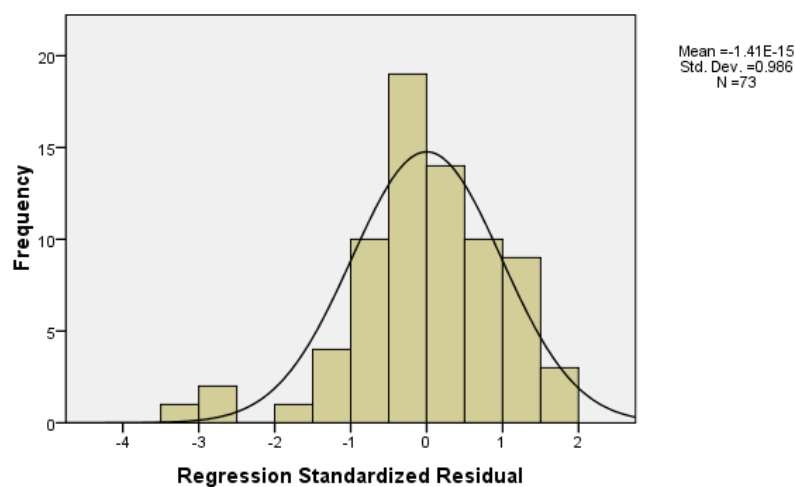
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.238	2.088		1.072	.287
	Informasi Teknologi (X1)	.873	.142	.602	6.166	.000
	Strategi Pemasaran (X2)	.411	.136	.296	3.032	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)

**Chart**

**Histogram**

**Dependent Variable: Keputusan Nasabah (Y)**



Scatterplot

