

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
DAN KUALITAS BI FAST TERHADAP KEPUASAN BERTRANSAKSI
MELALUI BRI MOBILE**
(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

RISKA AYU SETIANI

NIM. 1917202172

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Riska Ayu Setiani

NIM : 1917202172

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas BI Fast terhadap Kepuasan Bertransaksi Melalui BRI Mobile (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian - bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 5 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



Riska Ayu Setiani

Riska Ayu Setiani

NIM. 1917202172

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS BI FAST TERHADAP KEPUASAN BERTRANSAKSI MELALUI BRI MOBILE

(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

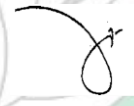
Yang disusun oleh Saudara **RISKA AYU SETIANI NIM. 1917202172**
Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis**
tanggal **19 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk
memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji



Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si..
NIP. 19781231 200801 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji



Ida Puspitarini W, S.E., Ak., M.Si., CA
NIDN. 2004118201

Pembimbing/Penguji



Ma'ruf Hidayat, M.H.
NIP. 19940604 201903 1 012

Purwokerto, 24 Oktober 2023

Mengetahui/Mengesahkan

Pt. Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Riska Ayu Setiani NIM 1917202172 yang berjudul:

Pengaruh Persepsi Harga, Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas BI Fast Terhadap Kepuasan Bertransaksi Melalui BRI Mobile

(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 5 Oktober 2023

Pembimbing,



Ma'ruf Hidayat, M.H.
NIP. 19940604 201903 1 012

MOTTO

“Doa Ibu seluas langit biru, dan aku berlindung di bawahnya”



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
KUALITAS BI FAST TERHADAP KEPUASAN BERTRANSAKSI
MELALUI BRI MOBILE
(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

RISKA AYU SETIANI

NIM. 1917202172

E-mail: rskayus@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju mendorong perbankan untuk melakukan inovasi seperti digitalisasi perbankan, dimana terjadinya peralihan pelayanan dari manual ke layanan digital seperti *mobile banking*. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dan memenuhi kebutuhan serta harapan pengguna. Namun timbul berbagai persepsi dari mahasiswa FEBI tentang biaya pada layanan transfer yang diberikan oleh *mobile banking*, banyak yang menganggap bahwa biaya layanan BI Fast sebesar Rp.2.500 adalah murah, namun ada juga yang menganggap itu mahal. Penerimaan teknologi ini dapat digambarkan melalui model dari *Technology Acceptance Model* (TAM). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kemudahan penggunaan serta kualitas layanan BI Fast terhadap kepuasan bertransaksi melalui *mobile banking*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yang dihitung menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 343 responden dari mahasiswa FEBI. Kemudian teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner secara online maupun offline dengan langsung menyebarkan angket ke kelas. Sementara itu, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Namun sebelum melakukan analisis regresi linear berganda maka terlebih dahulu melakukan uji instrumen data dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan pada hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui *mobile banking*; 2) kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui *mobile banking*; 3) kualitas layanan BI Fast berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui *mobile banking*. Kemudian secara simultan, variabel persepsi harga, kemudahan penggunaan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui *mobile banking*.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Kepuasan, *Mobile Banking*.

**THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF PRICE, EASE OF USE AND
QUALITY OF BI FAST ON SATISFACTION WITH TRANSACTIONS
VIA THE BRI MOBILE**

(Study of FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Students)

RISKA AYU SETIANI

NIM. 1917202172

Email : rskayus@gmail.com

Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University of Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Along with increasingly advanced technological developments, banks are encouraged to carry out innovations such as banking digitalization, where there is a shift in services from manual to digital services such as mobile banking. This is done to make things easier and meet user needs and expectations. However, there are various perceptions from FEBI students regarding the fees for transfer services provided by mobile banking, many think that the BI Fast service fee of IDR 2,500 is cheap, but there are also those who think it is expensive. Acceptance of this technology can be described through the Technology Acceptance Model (TAM). The aim of this research is to determine the influence of price perception, ease of use and BI Fast service quality on transaction satisfaction via mobile banking.

The type of research used was quantitative research with a sampling technique using accidental sampling which was calculated using the Slovin formula to obtain a sample size of 343 respondents from FEBI students. Then the data collection technique used in this research was by distributing questionnaires online and offline by directly distributing questionnaires to the class. Meanwhile, the data analysis technique used in this research uses multiple linear regression analysis with 3 independent variables and 1 dependent variable. However, before carrying out multiple linear regression analysis, first carry out a data instrument test and a classical assumption test.

Based on the research results, it shows that: 1) price perception influences transaction satisfaction via mobile banking; 2) ease of use influences transaction satisfaction via mobile banking; 3) BI Fast service quality influences transaction satisfaction via mobile banking. Then simultaneously, the variables of price perception, ease of use and service quality influence transaction satisfaction via mobile banking.

Keywords: Price Perception, Ease of Use, Service Quality, Satisfaction, Mobile Banking

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	Š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħ	h	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	žal	Ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	šad	s	es (dengan garis dibawah)
ض	d'ad	d	de (dengan garis dibawah)
ط	ta	t	te (dengan garis dibawah)
ظ	ža	z	zet (dengan garis dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik diatas
غ	gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	qaf	Q	qi
ك	kaf	K	ka
ل	lam	L	'el

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عَدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حِكْمَة	Ditulis	Hikmah	جِزْيَة	Ditulis	Jizyah
---------	---------	--------	---------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	Karâmah al-auliyâ'
--------------------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

لَفْطَرَةُ زَكَاةٍ	Ditulis	Zakât al-fitr
--------------------	---------	---------------

4. Vokal pendek

اَ	Fathah	ditulis	a
إِ	Kasrah	ditulis	i
أُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	Ditulis	a
	هَلِيلِيَّةٌ جَا	Ditulis	jâhiliyah

2	Fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تنس	Ditulis	tansa
3	Kasrah + ya' mati	Ditulis	i
	يم كر	Ditulis	karîm
4	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	ض و فر	Ditulis	Furûd

6. Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

الفروض ذوى	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saat ini kita masih diberikan ketetapan iman dan Islam. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya kelak di yaumul akhir. Dengan segala nikmat yang telah Allah SWT berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan BI Fast Terhadap Kepuasan Bertransaksi Melalui *Mobile Banking*”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari materi maupun penyajiannya. Namun demikian, skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta manfaat khususnya bagi penulis dan pembaca.

Pada kesempatan ini, dengan selesainya skripsi ini tidak lepas dari berbagai bantuan dan dukungan baik moril maupun materi. Oleh karenanya, dengan rasa ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terimakasih, terutama kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., selaku ketua jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
5. Ma'ruf Hidayat, M.H., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya untuk memberikan bimbingan,

arahan, pikiran, dan pandangannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, wawasan, kepedulian, komitmen, dan ketulusannya.
7. Ibunda tercinta yakni Ibu Kamisah, selaku orang tua penulis yang tak pernah putus memberikan doa, dorongan semangat dan bantuan moril maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.
8. Ayah tercinta yakni Bapak Salamun, yang selalu memberi semangat, motivasi serta kasih sayang yang tak berujung
9. Sahabat tercinta, Riska Linda Febriaeni yang selalu memberi dukungan positif dan tiada henti memberikan masukan yang membangun serta bantuan yang tulus kepada penulis.
10. Nur Rosyida dan Amalia Romadhoni, yang selalu menemani penulis pada masa perkuliahan selama 4 tahun.
11. Fanisa, Shinta, Emma dan Syifa sahabat semasa SMK hingga sekarang, yang telah mempunyai kesibukan masing masing.
12. Seluruh teman seperjuangan kelas Perbankan Syariah D Angkatan 2019 yang telah mengarungi perkuliahan bersama.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berjasa memberikan bantuan serta bimbingan yang diberikan semua pihak kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dalam pembuatan skripsi ini yang harus dibenahi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan kritik dan saran yang bersifat membangun guna sempurnanya skripsi ini di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat dimanfaatkan oleh siapa saja bagi yang membutuhkan.

Purwokerto, 5 Oktober 2023

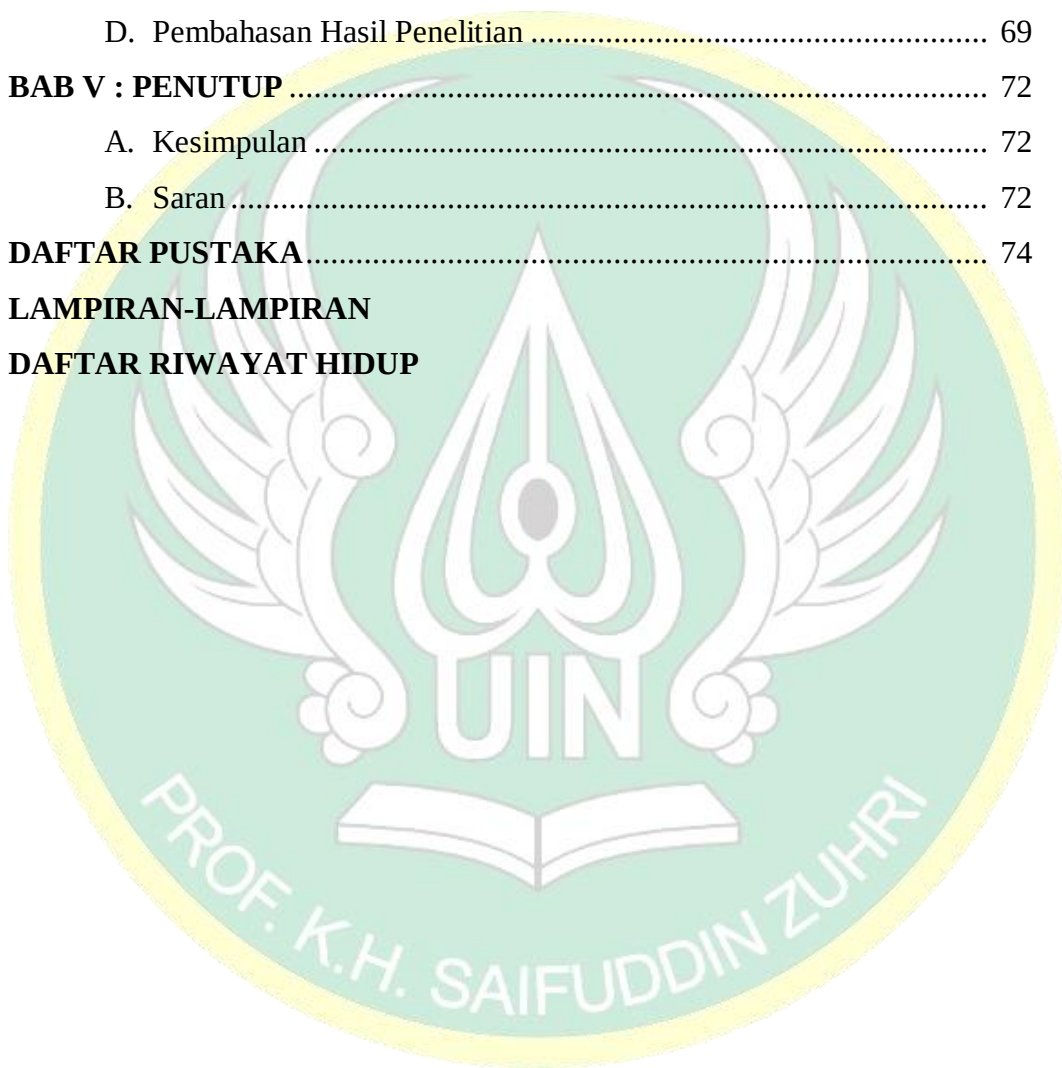


Riska Ayu Setiani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
HALAMAN MOTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II : LANDASAN TEORI	11
A. Kajian Pustaka.....	12
B. Kajian Teori	19
C. Landasan Teologis.....	31
D. Kerangka Pemikiran	33
E. Rumusan Hipotesis.....	34
BAB III : METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel Penelitian	37
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	38
E. Pengumpulan Data Penelitian	43

F. Sumber Data.....	45
G. Analisis Data Penelitian.....	45
BAB IV : PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
B. Deskripsi Karakteristik Responden	54
C. Hasil Penelitian	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V : PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Variabel Dan Indikator Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Tabel Skala Jawaban.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	55
Tabel 4.4 Analisis Statistika Deskriptif.....	56
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	58
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan.....	59
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan BI Fast.....	59
Tabel 4.8 Uji Validitas Kepuasan.....	60
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	65
Tabel 4.15 Uji t.....	66
Tabel 4.16 Uji F.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Masyarakat Indonesia Menggunakan <i>Smartphone</i>	1
Gambar 1.2 Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan.....	7
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Perhitungan MSI

Lampiran 4. Uji SPSS

Lampiran 5. Surat Izin Observasi

Lampiran 6. Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam zaman globalisasi yang sedang berlangsung, peningkatan inovasi data dan korespondensi di seluruh dunia ini semakin maju sehingga memberikan dampak yang besar pada kehidupan manusia. Teknologi telah memberikan kemudahan dalam berkomunikasi serta dalam aspek kehidupan lainnya. Adanya *smartphone* dan jaringan internet sebagai salah satu bentuk kemajuan teknologi yang sangat mudah kita jumpai, karena setiap tahunnya ada ribuan bahkan jutaan orang yang telah menggunakan *smartphone*.



Sumber: <https://www.statista.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/>

Gambar 1.1 Data Masyarakat Indonesia Menggunakan *Smartphone* di 2011-2022

Teknologi ini membuat segala sesuatu menjadi lebih praktis dan mudah dilakukan, sehingga pekerjaan manusia yang dulunya sulit kini dapat dilakukan dengan mudah, lebih cepat, dan efektif. Salah satunya karena kehadiran teknologi internet yang dapat dengan mudah diakses melalui *smartphone* yang memberikan banyak sekali manfaat seperti mengakses hubungan jarak jauh dengan komunikasi tanpa batasan waktu. Selain itu internet juga sebagai alat untuk mengakses jual beli atau transaksi lainnya yang menggunakan sarana media elektronik digital (Hendrarsyah 2019).

Adanya hal tersebut dijadikan peluang oleh berbagai pihak, dan perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang selalu berusaha mengutamakan kepuasan nasabah dengan memberikan pelayanan yang maksimal. Tentunya hal ini harus selalu diimbangi dengan mengikuti kemajuan teknologi agar layanan yang tepat dapat diberikan untuk memudahkan transaksi nasabah (Sulmi, et al. 2021).

Saat ini dunia perbankan telah diramaikan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara *mobile*, hal tersebut terjadi seiring dengan tuntutan terhadap tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat. Masyarakat semakin menuntut kepraktisan dan mulai enggan menjalankan suatu prosedur yang tidak hanya menghabiskan banyak waktu namun tanpa terasa telah mengikis sumber pendapatan seseorang (Ulfiani 2023). Hal ini menjadi dasar pemikiran para nasabah untuk mulai beralih dari kebiasaannya selama ini, sebelumnya para nasabah sudah cukup puas dengan adanya transaksi menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Namun seiring berkembangnya teknologi, kepuasan tersebut cepat menghilang karena bertransaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank, bahkan terkadang nasabah harus tetap mengantri untuk menunggu gilirannya tiba. Di lain pihak tingginya tingkat kriminalitas yang melahirkan kebutuhan masyarakat akan keamanan dan kepraktisan dalam melakukan segala transaksi. Industri perbankan tahu benar manfaat hal itu, fungsi utama bank sebagai tempat menabung dan sumber kredit pun dikembangkan. Saat ini dalam persaingan satu sama lain, bank-bank tidak hanya mengandalkan dua fungsi utama tersebut, melainkan berlomba memberikan layanan yang sebanyak mungkin dapat dilibatkan langsung dalam melakukan transaksi sehari-hari (Abdul Jalil 2020). Hal ini menyebabkan dunia perbankan mulai memutar otak dan menggagas formula untuk mengembangkan dan membuka jaringan untuk pelayanan kepada nasabah berupa layanan *mobile banking*. Bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking*. Layanan *mobile banking*

membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *handphone* (Abdul Jalil, 2020)

Kepuasan nasabah terhadap industri perbankan terus meningkat karena hasil dari penggunaan teknologi dari perbankan yang memudahkan nasabah untuk mengakses *mobile banking* dengan memfasilitasi transaksi yang cepat. Sebuah aplikasi bernama “*mobile banking*” dapat digunakan pada *smartphone* untuk melakukan berbagai fungsi perbankan, antara lain mengecek saldo rekening, mentransfer dana, melakukan pembayaran, mengajukan kredit, dan lainnya (Singh 2012).

Ditinjau dari perspektif Islam, kegiatan transaksi melalui *mobile banking* telah dinyatakan aman karena memiliki sistem perlindungan berlapis serta berbagai perlindungan hukum sehingga hak nasabah dalam transaksi *mobile banking* tidak dapat diperlakukan sewenang-wenang tanpa pertanggung jawaban (Hendrarsyah 2019). Bertransaksi melalui *mobile banking* sama halnya dengan transaksi jual beli, yang mana bank sebagai penjual produk dan jasa sedangkan nasabah sebagai pembeli produk dan jasa. Dalam akad perjanjian *mobile banking* telah sesuai dengan syarat sahnya perjanjian dengan terpenuhinya rukun dan syarat akad (perjanjian). *Mobile Banking* termasuk akad pelepasan hak (Intilq) dengan atau tanpa ganti rugi disebut Akad *Isqoth* (Darwanto 2021).

Pada saat ini yang menjadi prioritas utama pengembangan teknologi dalam dunia perbankan adalah *mobile banking*, dimana transaksi non tunai dapat dilakukan kapan saja dan dari mana saja hanya dengan *smartphone* yang terkoneksi dengan internet, hal tersebut menjadikan nasabah dapat melakukan transaksi perbankan dengan cepat. Trobosan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah, dan saat ini hampir semua bank telah meluncurkan layanan *mobile banking*. Jika dibandingkan dengan layanan *online banking* lainnya, pertumbuhan *mobile banking* terbilang paling pesat. Hal ini dikarenakan *mobile banking* mampu memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengutamakan mobilitas (Zahra, 2018).

Salah satu *mobile banking* yang sangat dikenal masyarakat untuk melakukan transaksi di perbankan adalah BRI mobile atau lebih dikenal dengan BRImo, aplikasi mobile ini milik perusahaan PT Bank BRI. BRImo memiliki kegunaan yang sangat memudahkan masyarakat atau nasabah dalam bertransaksi dengan mudah dan praktis hanya dengan menggunakan *smartphone*. BRI telah hadir sejak 1895 dengan tujuan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat Indonesia, menjangkau yang sulit untuk dijangkau dan melayani dari yang tak terlayani. Pelayanan yang tak terjangkau tersebut dicontohkan dengan berkembangnya transaksi digital dengan menggunakan aplikasi BRImo. BRImo memiliki beberapa fitur, antara lain transfer, dompet digital, BRIZZI, tarik tunai, setor tunai, BRIVA dan transfer internasional.

Penerimaan teknologi ini dapat digambarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang merupakan sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi, TAM menyatakan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan (Wicaksono 2022).

Perceived usefulness (persepsi kegunaan) adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka atau mencapai tujuan mereka. Beberapa hal yang diukur dalam *perceived use fulness* seperti biaya dan kualitas produk/layanan sedangkan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) Adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan (Wicaksono 2022).

Dalam hal ini penggunaan sistem teknologi yang paling sering digunakan pada *mobile banking* adalah sistem transfer RTO (*Real Time Online*) merupakan salah satu jenis layanan *mobile banking* yang paling banyak digunakan nasabah (teti 2022). Dalam sistem ini, uang yang dikirim akan langsung diterima setelah ditransfer, dan biaya yang dikenakan terkait layanan tersebut sebesar Rp. 6.500 hingga Rp 7.500, tergantung pada ketentuan masing masing bank, berbeda dengan sistem layanan RTGS (*Real Time Gross*

Settlement) dan Sistem Kliring Nasional Indonesia atau SKNI belum sepenuhnya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat karena dibatasi oleh waktu pelayanan (berdasarkan *window time*), dana efektif yang belum *realtime*, dan saluran pembayaran yang terbatas sehingga kurang memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi non tunai (Ojk.go.id).

Para pengguna *mobile banking* tentunya mengharapkan biaya transfer antar bank yang lebih murah, maka untuk meningkatkan kepuasan dalam bertransaksi melalui *mobile banking*, Bank Indonesia mengembangkan layanan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transfer antar bank dengan lebih cepat, efisien dan dapat diakses kapan saja, yaitu dengan menambahkan fitur BI Fast pada *mobile banking*, baik bank konvensional maupun bank syariah. Bank Indonesia meluncurkan layanan transfer antar bank yang mudah dijangkau dengan biaya yang lebih rendah dari biaya transfer antar bank sebelumnya yang awalnya Rp 6.500 – Rp 7.500 sekarang menjadi Rp 2.500 pada setiap transaksi menggunakan BI Fast (bi.go.id, 2021).

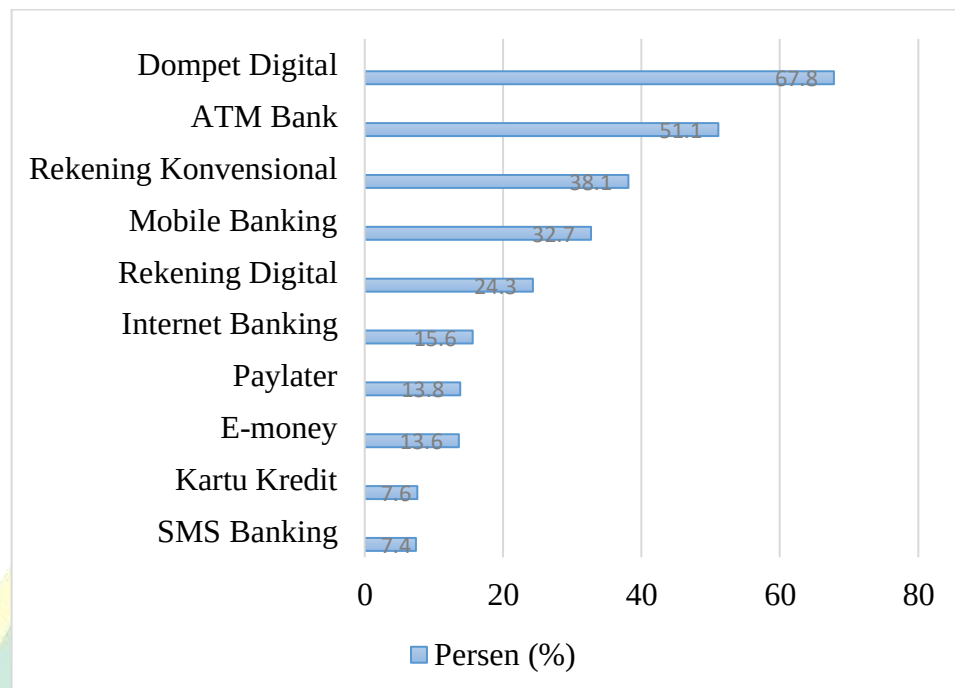
Adanya penerimaan biaya yang mengalami penurunan ini menjadi alasan untuk memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan (Restu 2022), sehingga pelanggan akan memilih untuk tetap menggunakan layanan pada *mobile banking*. Namun setelah dilakukan survey kepada beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Prof.,K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto bahwa biaya administrasi sebesar Rp. 2.500 masih dijadikan ukuran yang dirasa cukup mahal bagi sebagian pengguna yang selalu mempertimbangkan harga, apalagi ditambah dengan adanya perusahaan *financial technology* seperti flip, dana, dan yang lainnya yang berani menawarkan biaya transfer dengan jauh lebih murah bahkan gratis.

Persepsi pelanggan tentang seberapa baik sebuah produk atau layanan untuk memenuhi harapan mereka adalah bagian dari penentu sebuah kepuasan. Ketika fitur layanan pada *mobile banking* digunakan, akan terlihat berbagai persepsi yang berbeda dari masing-masing pengguna (Restu dan Tetty 2022).

Daga (2017) juga menjelaskan bahwa penentu lain dari kepuasan menggunakan sebuah jasa adalah kemudahan penggunaan. Kemudahan

penggunaan adalah keyakinan individu bahwa memakai suatu sistem teknologi informasi tidak akan terasa sulit atau membutuhkan banyak usaha dalam penggunaannya, jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi mudah digunakan maka ia cenderung akan menggunakannya. (Widjana 2010). Adanya *mobile banking* memudahkan nasabah dalam mengelola transaksi perbankan. Oleh karena itu kemudahan menjadi faktor penting bagi pengguna agar dapat melakukan transaksi pembayaran melalui *mobile banking* secara fleksibel baik tempat maupun waktu, karena dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Selain itu, *mobile banking* dapat dengan mudah diakses sehingga nasabah akan terdorong untuk menggunakan *mobile banking* sebagai alat untuk bertransaksi jika merasa jasa yang di berikan oleh pihak bank dianggap mudah digunakan (Dewi 2017).

Dibalik kemudahan dari penggunaan *mobile banking* ternyata masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menggunakan aplikasi tersebut dibandingkan dengan dompet digital dan ATM Bank. Hal ini dibuktikan dari sumber Katadata Insight Center (KIC) Survei yang menunjukkan bahwa pengguna *mobile banking* baru mencapai 32,7% yakni menempati posisi keempat dari 10 produk keuangan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Karena masyarakat Indonesia lebih tertarik dengan dompet digital daripada *mobile banking*. Sebab berdasarkan pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa dompet digital menjadi produk keuangan yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia yakni sebanyak 67,8% responden mengaku menggunakan dompet digital seperti GoPay, OVO, ShopeePay, Dana, dan lain-lain.



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/17/survei-kic-kalahkan-atm-dompot-digital-jadi-produk-keuangan-yang-paling-banyak-digunakan>

Gambar 1.2 Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan (6-12 September 2021)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yudhistya Yusuf Wardhana (2012), pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan menggunakan *mobile banking*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Dary Nugraha Gotama Putra dan Susilo Toto Raharjo (2021) yang menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Jelita Handayani Rambe (2022) yang berjudul Pengaruh Kemudahan dan Manfaat *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara. Dari hasil penelitian ini menyebutkan bahwa kemudahan menunjukkan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan saat menggunakan *mobile banking*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan dapat

meningkatkan kepuasan dalam menggunakan *mobile banking*. Jika pengguna *mobile banking* merasakan kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* maka akan menumbuhkan rasa puas teknologi tersebut. Semakin besar kemudahan yang didapat dalam menggunakan *mobile banking* maka semakin besar pula rasa puas yang dirasakan oleh pengguna *mobile banking*, begitu juga sebaliknya.

Pada prinsipnya perusahaan perbankan saat menyediakan suatu produk layanan mengharapkan suatu kesuksesan atas layanan tersebut, dengan penerimaan yang positif oleh nasabah. Adapun salah satu teknik yang dilakukan oleh pihak perbankan yaitu dengan memberikan kualitas layanan yang sebaik baiknya kepada nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting bagi kepuasan nasabah (Yudistira, 2019). Dan pada dasarnya kepuasan merupakan evaluasi dimana alternatif yang dipilih setidaknya bisa memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen. Pihak perbankan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada para nasabah, agar nasabah pengguna *mobile banking* dapat merasa puas atas layanan yang diberikan.

Kualitas layanan merupakan keunggulan-keunggulan atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan harapan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kualitas layanan dipengaruhi oleh jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan (Wardhana 2012). Bila layanan yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia layanan yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia layanan itu lagi.

Pada aplikasi *mobile banking* terdapat layanan BI Fast yang diluncurkan pada 21 Desember 2021. Tujuan Bank Indonesia mengembangkan layanan ini adalah untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transfer antar bank dengan lebih cepat, efisien dan dapat diakses kapan saja dengan prinsip sistem pembayaran yang cepat, mudah, murah, aman, dan andal sekaligus mengakselerasi digitalisasi perekonomian. Dibuktikan

dengan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 30 Mei 2023 kepada mahasiswa FEBI diantaranya Riska Linda, Anjum dan Nur Laeli yang menyatakan bahwa mereka lebih menyukai menggunakan layanan BI Fast untuk melakukan transfer antar bank dibandingkan menggunakan *e-wallet* atau yang lainnya, dengan anggapan bahwa menggunakan BI Fast pada *mobile banking* terasa lebih aman, terlebih dengan biaya yang lebih ekonomis dari sebelumnya. Hal ini selaras dengan dimensi dari kualitas layanan sebagai tolok ukur dari kepuasan konsumen.

Menurut Devi (2022) Salah satu kelompok nasabah yang perlu diperhatikan pihak bank dalam penggunaan *mobile banking* adalah seorang mahasiswa, karena mahasiswa merupakan anak muda yang aktif menjadi pengguna layanan tersebut (Devi, P 2022). Sehingga peneliti memilih mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof.,K.H.,Saifuddin Zuhri Purwokerto, karena lebih dari sebagian mahasiswa FEBI telah mendapatkan materi-materi tentang perbankan mulai dari semester 3 (tiga), sehingga sudah mengetahui fasilitas layanan-layanan yang disediakan oleh bank, terutama *mobile banking*. Kemudian dari hasil survey yang dilakukan oleh peneliti bahwa lebih dari sebagian besar mahasiswa FEBI telah mengetahui berbagai layanan yang disediakan oleh *mobile banking* dan mereka telah menggunakan aplikasi tersebut.

Setiap individu tentunya memiliki karakteristik dan perilaku yang berbeda beda. Hal yang sama berlaku ketika individu menggunakan aplikasi *mobile banking*, mereka akan mempunyai persepsi masing-masing mengenai aplikasi *mobile banking*. Berdasar pada latar belakang yang telah diuraikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Presepsi Harga, kemudahan penggunaan dan Kualitas BI Fast Terhadap Kepuasan Bertransaksi Melalui Aplikasi Brimo (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Prof., K.H., Saifuddin Zuhri Purwokerto)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang di atas maka permasalahan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI dalam bertransaksi melalui BRI Mobile?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI dalam bertransaksi melalui BRI Mobile?
3. Apakah kualitas layanan BI Fast berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI bertransaksi melalui BRI Mobile?
4. Apakah persepsi harga, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan BI Fast berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI bertransaksi melalui BRI Mobile?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

- a. Tujuan dilakukanya penelitian ini adalah sebagai berikut:
 1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa FEBI bertransaksi melalui BRI Mobile.
 2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan layanan BI Fast terhadap kepuasan mahasiswa FEBI bertransaksi melalui BRI Mobile.
 3. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas layanan BI Fast terhadap kepuasan mahasiswa FEBI bertransaksi melalui BRI Mobile.
 4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh persepsi harga, kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BI Fast terhadap kepuasan mahasiswa FEBI bertransaksi melalui BRI Mobile.
- b. Manfaat Penelitian

Selain tujuan penelitian, ada pula manfaat yang bisa diambil dalam sebuah penelitian dan penelitian mempunyai kegunaan antara lain:

1. Manfaat secara teori
 - a) Studi ini diharapkan dapat memberikan informasi baru tentang layanan yang ada pada BRI Mobile, seperti Layanan BI Fast.
 - b) Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Dalam rangka meningkatkan dan menjaga kepuasan nasabah terhadap layanan transfer antar bank, diharapkan temuan penelitian ini juga dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pengambilan keputusan oleh pelaku bisnis maupun lembaga keuangan.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, landasan teori, kajian pustaka, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini peneliti menjabarkan mengenai deskripsi konseptual, hasil penelitian yang relevan, serta kerangka berpikir dan hipotesis dari penelitian yang dilakukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai waktu dan tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi data penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan terkait hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dari sistematika pembahasan penelitian. Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan pada pembahasan hasil penelitian, kemudian ada saran-saran yang menurut peneliti harus disampaikan, serta kata penutup dari pembahasan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Literature review atau yang sering disebut dengan kajian pustaka menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Tinjauan pustaka ini dilakukan guna memastikan apakah terdapat penelitian yang serupa atau bahkan sama persis dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan untuk bahan perbandingan dengan referensi penelitian yang terkait sedikitnya ada 6 (enam) penelitian diantaranya:

Pertama, jurnal I Made Adi Juniantara dan Tjokorda Gde Raka Sukawati yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Kedua, skripsi Yudistira Yusuf Wardhana yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Menggunakan Teknologi *Mobile Banking*”. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan menggunakan *mobile banking*.

Ketiga, skripsi Nabila Al Khonsa yang berjudul “Analisis faktor kegunaan, kepercayaan dan persepsi resiko yang berhubungan dengan minat penggunaan *mobile banking* pada generasi milenial (studi kasus mahasiswa FEBI IAIN purwokerto)”. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan antara faktor kegunaan, kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto.

Keempat, jurnal Restu Marietha dan Tetty Rimenda yang berjudul ‘Analisis Pengaruh *Price Perception* Layanan Bi Fast Terhadap *Price Acceptance* Melalui *Customer Satisfaction* Aplikasi Livin’ By Mandiri’. Hasil dari penelitian ini yaitu *Price reliability* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, *Price Confidence* mempunyai pengaruh

signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Price Fairness* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, *Customer satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *price acceptance*.

Kelima, jurnal Heri Setiawan dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan *Mobile Banking*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dan efek yang kuat antara kualitas layanan, persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah bank.

Keenam, jurnal Jelita Handayani Rambe yang berjudul “Pengaruh Kemudahan dan Manfaat *Mobile Banking*” Terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syari’ah UIN Sumatera Utara. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan menunjukkan bahwa hipotesis kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan saat menggunakan *mobile banking*.

Dari keenam penelitian yang telah dilakukan terdapat persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu pada metode penelitian yang digunakan yakni metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel persepsi harga, pada penelitian ini persepsi harga mengacu pada biaya transaksi pada *mobile banking* yang mengalami penurunan yang pada awalnya sebesar Rp. 6.500 sekarang menjadi Rp. 2.500. Berdasarkan wawancara tidak terstruktur yang telah dilakukan, dengan adanya penurunan biaya ini menimbulkan persepsi yang berbeda pada setiap pengguna BRI Mobile ada yang mengatakan bahwa harga sebesar Rp. 2.500 adalah murah dan ada yang mengatakan bahwa harga tersebut adalah mahal. Kemudian pada variabel kualitas BI Fast, fitur BI Fast terbilang baru yakni diluncurkan pada BRI Mobile pada Desember 2021 sehingga penulis tertarik untuk meneliti apakah dengan banyaknya kualitas layanan yang ditawarkan oleh BI Fast memberikan kepuasan dalam penggunaan BRI Mobile.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	I Made Adi Juniantara dan Tjokorda Gde Raka Sukawati (2018)	<i>Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen</i>	persepsi harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan	Persamaan: Meneliti tentang pengaruh variabel x terhadap kepuasan konsumen Dan terdapat persamaan pada variabel X1 yaitu persepsi harga Perbedaan: Perbedaan variabel X2 dan X3 serta
2.	Yudhistya Yusuf Wardhana (2019)	<i>Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan</i>	Presepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dalam penggunaan <i>mobile banking</i>	Persamaan: Membahas mengenai kepuasan menggunakan mobile banking dan metode kuantitatif Perbedaan: penggunaan

No	Penulis	Judul	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		<i>Dalam Menggunakan Teknologi Mobile Banking</i>		variabel X yang berbeda, dan lokasi penelitian yang berbeda
3.	Nely zahra (2018)	<i>Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Pemanfaatan Mobile Banking Pada Bank Syariah Di Yogyakarta</i>	variable persepsi manfaat (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel kemudahan penggunaan (X2) dan variabel keamanan (X3), menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, variabel persepsi resiko (X4) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel kemampuan akses (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, (X6), variabel ini	Persamaan: Membahas mengenai kepuasan menggunakan <i>mobile banking</i> dan metode kuantitatif Perbedaan: penggunaan variabel X yang berbeda, dan lokasi penelitian yang berbeda

No	Penulis	Judul	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan <i>mobile banking</i> pada bank syariah	
4.	Nabila Al Khonsa (2020)	<i>Analisis faktor kegunaan, kepercayaan dan persepsi resiko yang berhubungan dengan minat penggunaan mobile banking pada generasi milenial (studi kasus mahasiswa febi IAIN purwokerto)</i>	Terdapat hubungan antara faktor kegunaan, kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto	Persamaan: subjek yaitu mahasiswa FEBI UIN Saizu, objek yaitu <i>Mobile banking</i> . kemudian menggunakan metode penelitian kuantitatif Perbedaan: Variabel yang digunakan
5.	Restu Marietha, Tetty Rimenda (2022)	<i>Analisis Pengaruh Price Perception Layanan Bi Fast Terhadap Price Acceptance</i>	1) <i>Price reliability</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> ;	Persamaan: sama sama meneliti tentang layanan BI fast terhadap kepuasan nasabah

No	Penulis	Judul	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		<i>Melalui Customer Satisfaction Aplikasi Livin' By Mandiri</i>	2) <i>Price Confidence</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> ; 3) <i>Price Fairness</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> ; 4) <i>Customer satisfaction</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>price acceptance</i> .	Perbedaan: penggunaan metode penelitian yang berbeda, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dikuantitatifkan
6.	Heri Setiawan (2016)	<i>Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan pelanggan memiliki efek yang kuat dan berpengaruh	Persamaan: menggunakan metode penelitian kuantitatif dan terdapat 1 variabel independen yang sama yaitu

No	Penulis	Judul	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		<i>Layanan Mobile Banking</i>	terhadap loyalitas pelanggan bank.	kualitas layanan. Perbedaan: varabel dependen yang berbeda
7.	Jelita Handayani Rambe (2020)	<i>Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Mobile Banking terhadap kepuasan mahasiswa jurusan perbankan syariah UIN Sumatra.</i>	variabel kemudahan menunjukkan bahwa hipotesis kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan saat menggunakan <i>mobile banking</i> .	Persamaan: Adanya kesamaan pada penggunaan variabel kemudahan, penggunaan analisis yang sama yaitu metode kuantitatif deskriptif Perbedaan: perbedaan pada jumlah sampel yang digunakan, subjek penelitian yang berbeda.

B. Kajian Teori

a. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986 sebagai sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi (Wicaksono 2022). TAM bertujuan untuk mendeskripsikan aspek apa saja yang menjadi pengaruh pada penerimaan sebuah teknologi informasi dengan jangkauan yang besar dari teknologi informasi dan populasi dari pengguna. TAM menyatakan bahwa ada dua faktor utama yang menjadi pengaruh dalam mengadopsi teknologi yakni *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan dan *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan.

Persepsi kegunaan dideskripsikan sebagai persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka atau mencapai tujuan mereka. Beberapa hal yang diukur dalam persepsi kegunaan seperti biaya dan kualitas produk/layanan.

Persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis, dan ketersediaan sumber daya.

b. Persepsi Harga

Sebagaimana dijelaskan oleh Schiffman dan Kanuk, suatu proses yang dilakukan oleh seseorang untuk menyeleksi, mengorganisasikan, serta menerjemahkan sumber informasi yang berkontribusi pada pembentukan gambaran yang menyeluruh disebut dengan persepsi (Yosepha 2020). Sedangkan harga adalah elemen yang menunjukkan berapa banyak uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh ataupun menggunakan sebuah produk atau layanan (Restu dan tetty 2022). Harga diindikasikan sebagai faktor yang paling penting, yang mengkondisikan kepuasan pelanggan, karena jika pelanggan memperkirakan nilai layanan yang diperoleh, mereka biasanya memikirkan harga (Virvilaite, et al. 2008).

Campbell pada Cockril dan Goode mengatakan bahwa persepsi harga ialah keadaan psikologis dari beragam aspek yang memiliki pengaruh penting terhadap reaksi konsumen pada sebuah harga (yosepha 2020). Persepsi harga disebut pandangan setiap orang terhadap sebuah harga apakah bernilai tinggi, rendah, atau wajar. Dalam hal ini, pandangan pelanggan terhadap sebuah produk tentunya berbeda, karena setiap pelanggan memiliki penilaian tersendiri pada sebuah produk ataupun jasa. Ketika fitur layanan pada *mobile banking* digunakan, akan terlihat berbagai persepsi yang berbeda dari masing-masing pengguna. Persepsi harga tersebut meliputi:

1. Keandalan harga

Keandalan diartikan sebagai kemampuan dari sebuah sistem atau komponen untuk menjalankan fungsi yang telah ditentukan pada kondisi pengoperasian tertentu pada batas waktu yang telah ditetapkan (Edison 2017). Dalam hal ini keandalan harga disebut sebagai realisasi harga yang memenuhi harapan tanpa adanya biaya tersembunyi.

2. Kepercayaan harga

Kepercayaan didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak setelah seseorang tersebut menghimpun berbagai informasi yang diperoleh atas dasar rasa yakin bahwa pihak tersebut dapat memenuhi atas kewajiban yang ia inginkan. Hal ini berarti bahwa kepercayaan adalah perasaan yakin seorang individu terhadap sesuatu.

Tingkat kepercayaan didefinisikan sebagai kemampuan produsen atau penyedia jasa untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan oleh pelanggan aman dan rahasia sehingga membuat mereka percaya. (Noersanti 2020). Hal ini dapat didefinisikan bahwa kepercayaan harga adalah perasaan yakin seorang konsumen bahwa suatu penawaran harga secara nyata ialah menguntungkan.

3. Kewajaran harga

Bagaimana seseorang menganggap perbedaan antara harga yang mereka terima dan harga dari pihak pembanding lainnya wajar, dapat diterima, atau dibenarkan disebut kewajaran harga (Laras 2022).

Kotler menyebutkan bahwa persepsi harga memiliki beberapa indikator, diantaranya (Sientra 2020):

1. Keterjangkauan harga produk

Harga yang rendah atau terjangkau merupakan keinginan setiap konsumen sebelum mereka membeli sebuah produk. Konsumen akan mencari produk yang diinginkan dengan harga yang dapat mereka jangkau (Amilia 2017).

2. Kesesuaian harga dengan kualitasnya

Ketika sebuah produk berkualitas baik, konsumen biasanya tidak merasa keberatan apabila harus membayar dengan harga yang cenderung mahal untuk produk yang memiliki kualitas yang baik. Akan tetapi yang lebih diinginkan seorang konsumen adalah produk yang berkualitas baik tetapi dengan harga yang lebih murah (Amilia 2017).

3. Daya saing harga

Harga jual sebuah produk ditetapkan oleh perusahaan dengan meninjau harga jual yang dipatok oleh kompetitornya, upaya tersebut dilakukan agar produk perusahaan mampu bersaing di pasaran (Amilia 2017).

4. Kesesuaian harga dengan manfaatnya

Terkadang konsumen kurang memperhatikan suatu harga produk karena lebih memperhatikan manfaat produk tersebut daripada harganya (Amilia 2017).

c. Kemudahan Penggunaan

1. Pengertian kemudahan penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan rasa percaya seseorang bahwa memanfaatkan sebuah sistem teknologi informasi tidaklah rumit atau memerlukan usaha yang banyak menggunakannya (Widjana 2010).

Davis mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sedalam apa individu mempercayai bahwa menggunakan sebuah teknologi akan terbebas dari usaha mental maupun fisik. Meski seseorang percaya bahwa sebuah sistem akan berguna, mereka bisa saja menjumpai suatu sistem yang sulit digunakan (Ramaditya 2020).

Goodwin dan Silver mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan juga dapat ditunjukkan dengan seberapa sering/ frekuensi penggunaan sistem serta interaksi diantara pengguna dengan sistem (Sari 2020). seseorang cenderung menggunakan sistem informasi yang dianggap mudah untuk digunakan. Dalam kasus ini, kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan terus menggunakan *mobile banking* mereka akan bebas dari usaha. Ketika suatu sistem lebih mudah digunakan, orang lebih cenderung untuk belajar tentang fiturnya dan akhirnya berniat untuk terus menggunakannya.

2. Menurut Istiarni, faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan aplikasi adalah :
 - a) Berfokus pada aplikasi itu sendiri, pengguna akan merasakan kemudahan ketika sebuah aplikasi digunakan secara terus menerus.
 - b) Reputasi aplikasi yang diterima pengguna. Reputasi sistem yang baik yang didengar oleh pengguna akan meningkatkan keyakinan terhadap kemudahan penggunaan suatu aplikasi.
 - c) Ketersediaan mekanisme pendukung yang dapat diandalkan, dengan sistem pendukung yang dapat diandalkan akan menimbulkan keyakinan dan rasa nyaman seorang individu dalam penggunaan sebuah aplikasi (Sari 2020).
3. Indikator kemudahan penggunaan menurut Davis adalah sebagai berikut (Risma 2021):
 - a) Efisiensi waktu

Efisiensi didefinisikan sebagai upaya pencapaian prestasi sebesar mungkin dengan memanfaatkan berbagai potensi yang

tersedia seperti, mesin, material serta manusia dalam waktu sesingkat mungkin didalam keadaan yang nyata tanpa mengganggu keseimbangan antara factor tujuan, alat, tenaga dan waktu (Rumerung 2022). Sehingga dapat disebutkan bahwa efisiensi waktu adalah sebuah usaha untuk mengoptimalkan pemakaian waktu ketika mengerjakan sesuatu.

b) Kemampuan melakukan transaksi

Kapasitas seseorang untuk menyelesaikan berbagai tugas pada pekerjaan tertentu dikenal sebagai kemampuan (Latifah 2018). Dalam hal ini kemampuan transaksi mengacu pada aplikasi *mobile banking*, yaitu sejauh mana seseorang dapat menggunakan layanan layanan yang terdapat pada aplikasi tersebut

c) Kemudahan operasional

Kemudahan diartikan pada sejauh mana seseorang yakin jika menggunakan sebuah teknologi akan bebas dari usaha (Fakhrudin 2022). Sehingga kemudahan operasional dapat diartikan dengan sejauh mana seseorang dapat mengoperasikan teknologi dengan mudah, contohnya *mobile banking*

d) Fleksibel

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia fleksibel berarti lentur, mudah dibengkokkan, luwes, mudah dan cepat menyesuaikan. Dalam konteks ini fleksibel mengacu pada kemudahan akses *mobile banking* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja

d. Kualitas BI Fast

Menurut kotler, kualitas berhubungan dengan keseluruhan fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan baik dinyatakan secara langsung maupun tidak langsung (Wardhana 2012). Kualitas layanan menurut Tjiptono (2000), adalah penyesuaian terhadap perincian perincian dimana kualitas ini dianggap sebagai derajat keunggulan yang ingin dicapai, untuk mencapai keunggulan tersebut dilakukan pemantauan terus menerus dalam berbagai

respon terhadap kebutuhan pengguna jasa. Kualitas pelayanan, menurut Parasuraman (1993) didefinisikan sebagai sesuatu yang terdapat perbedaan antara apa yang sebenarnya terjadi dengan apa yang diharapkan pelanggan tentang layanan yang mereka peroleh (Khanan 2021). Kualitas layanan merujuk pada keinginan konsumen berdasar pada pengalaman serta reputasi suatu perusahaan.

Fungsi kualitas layanan adalah sebagai parameter untuk menentukan apakah kinerja layanan sebenarnya memenuhi harapan pelanggan atau tidak (Setiawan 2016). Terdapat dua variabel yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu, *perceived service* (jasa yang dirasakan) dan *expected service* (jasa yang diharapkan). Pelanggan akan kehilangan minat terhadap penyedia layanan jika layanan yang didapatkan dianggap di bawah harapan. Sedangkan jika layanan yang didapatkan melampaui harapan pelanggan maka mereka cenderung akan tetap menggunakan layanan tersebut (wardhana 2012). Kualitas layanan terbagi dalam lima dimensi utama, yaitu (Khanan 2019):

1. Reliabilitas / kehandalan (*reliability*)

Dalam hal ini reliabilitas didefinisikan sebagai kapasitas suatu perusahaan dalam memenuhi janjinya kepada pelanggan tentang produk yang ditawarkannya secara menyeluruh, tepat dan akurat. Reliabilitas berkaitan dengan karakteristik seperti, kemampuan untuk menunjukan kejujuran dan tidak menipu serta kemampuan dan komitmen untuk memberikan layanan secara konsisten. Kesan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kredibilitas suatu perusahaan. ketika perusahaan mampu memenuhi aspek reliabilitas maka akan tercipta kepuasan konsumen.

2. Daya tanggap (*responsivness*)

Responsiveness mengacu pada kapasitas sebuah perusahaan saat memberikan layanan secara bertanggungjawab dengan merespon konsumen dengan cepat dan tepat agar dapat mempermudah masalah yang sedang dihadapi oleh konsumen.

3. Jaminan (*assurance*)

Faktor manusia berhubungan langsung dengan jaminan, dengan kata lain kemampuan sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya adalah kuncinya. Hal ini akan menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan percaya diri. Jaminan ini mengacu pada kemampuan individu pada bidang kerja tertentu.

4. Empati / perhatian (*emphaty*)

Kemampuan perusahaan untuk memahami perasaan pelanggan dan menyediakan solusi dengan layanan terbaik dikenal sebagai empati. Aspek empati termasuk kemudahan, sensitivitas, dan upaya untuk memahami kebutuhan pelanggan. *Empathy* menuntut perusahaan untuk memahami dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Pelayanan tersebut berdasarkan kebutuhan dan keinginan.

5. Bukti / kemampuan fisik (*tangibles*).

Tangible mengacu pada bagaimana fasilitas, peralatan, sarana, dan lingkungan yang terlihat. Menurut (Pena et al, 2013). Dimensi *tangible* membangun kesan konsumen, berdampak pada penciptaan kepuasan, dan menarik untuk menciptakan kesan baik. Kesan konsumen dibentuk oleh dimensi *tangible*, dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga mendorong untuk menciptakan kesan yang baik.

BI-Fast merupakan infrastruktur Sistem Pembayaran ritel nasional yang menyediakan fasilitas pembayaran ritel secara cepat, efisien, aman dan tersedia setiap saat (24/7). Fitur ini dikembangkan oleh Bank Indonesia mulai tanggal 21 Desember 2021 guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan transfer dana yang lebih berkualitas dengan biaya yang lebih ekonomis yakni sebesar Rp. 2.500 pada setiap transaksi. Berikut adalah beberapa keunggulan yang dimiliki oleh layanan BI Fast, diantaranya (bi.go.id) :

1. Dapat digunakan setiap saat tanpa batasan waktu (24 jam).
2. Lengkap, karena terdapat berbagai instrumen dan kanal pembayaran.

3. Dilengkapi dengan fitur *fraud detection* dan AML/CFT sehingga lebih aman untuk digunakan.
4. Efisien (penggunaan *proxy address* sebagai alternatif nomor rekening).

Penerapan BI Fast bertujuan agar tercipta layanan dengan sistem pembayaran yang cepat, mudah, murah, aman, andal. Hal tersebut selaras dengan dimensi dari sebuah kualitas layanan.

e. Kepuasan konsumen

Konsumen atau pelanggan merupakan kelompok yang menjadi pemaksimal nilai, mereka membangun ekspektasi tentang sebuah nilai dan bertindak berdasarkan hal tersebut. Konsumen akan membeli atau menggunakan jasa pada perusahaan yang memberikan nilai pelanggan tertinggi, ini diartikan sebagai selisih antara total biaya pelanggan dengan total nilai pelanggan. Artinya, bahwa tiap penjual produk maupun jasa harus menetapkan total nilai pelanggan dan total nilai biaya bagi pelanggan yang ditawarkan oleh setiap pesaing guna memahami seperti apakah posisi tawaran mereka sendiri. nilai di mata pelanggan menurut zeithaml ialah memiliki harga yang rendah, segala sesuatu yang diharapkan dari sebuah produk, sepadan antara kualitas dengan harga yang harus dibayarkan, segala sesuatu yang diperoleh untuk segala sesuatu yang diberikan (Daga 2017).

Kotler dan Keller (2007) menggambarkan bahwa kepuasan konsumen merupakan rasa senang ataupun kecewa dari seorang individu yang terbentuk dari hasil membandingkan kinerja sebuah produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja produk berada di bawah ekspektasi/harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas dan ketika kinerja produk melampaui dari yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas. Pelanggan juga akan merasa sangat puas ketika kinerja dari sebuah produk semakin melampaui dari apa yang diharapkan oleh pelanggan (Mukti 2016).

Kepuasan konsumen Menurut Handi (2002: 3) merupakan hasil dari perasaan konsumen saat menggunakan produk atau jasa yang memenuhi harapan mereka. Selain itu, kepuasan konsumen ialah hasil dari perasaan konsumen saat menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi individu mengenai kinerja produk ataupun jasa dalam memenuhi harapannya. Rasa puas akan muncul ketika harapannya terpenuhi dan akan merasa sangat puas ketika harapannya terlampaui. Berdasar pada tinjauan literature dan sebuah pengalaman menjadi konsultan di beberapa perusahaan Indonesia, Irawan (2009:37) berpendapat bahwa terdapat 5 (lima) penentu utama dari kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki 6 elemen yakni, kinerja, fitur, daya tahan, reabilitas, estetika, dan penampilan produk. Kualitas bisa ditafsirkan mengenai segala hal yang menjadi penentu dari kepuasan konsumen serta upaya perusahaan guna menciptakan perubahan kearah perbaikan secara konsisten. Dengan kualitas produk atau jasa yang baik akan menciptakan kepuasan pada konsumen setelah membeli atau menggunakan sebuah produk (Daga 2017).

2. Harga

Harga menggambarkan sebuah nilai yang ditukarkan dengan manfaat dari penggunaan produk maupun jasa oleh seorang konsumen. Harga adalah salah satu dari banyak elemen yang menjadi penentu konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk ataupun jasa. Konsumen akan bersedia membayar sejumlah uang yang dimiliki untuk produk atau jasa yang berkualitas dan apabila produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan jumlah uang yang dibayarkannya maka akan menimbulkan rasa puas pada konsumen (Daga 2017).

3. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan atau yang sering disebut dengan *SerQual* (*Service Quality*) mempunyai 5 (lima) aspek yakni bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Agar dapat memberikan kualitas layanan yang baik serta sesuai dengan yang diinginkan dari konsumen, maka perlu adanya pembentukan sikap dan perilaku dari karyawan itu sendiri dikarenakan yang berkontribusi sebesar 70% berasal dari faktor manusia, sehingga tidak heran jika kualitas pelayanan sulit ditiru (Daga 2017).

4. Faktor emosional (*Emotional factor*)

Emotional factor juga memiliki kontribusi pada kepuasan konsumen. Rasa puas akan penggunaan produk yang dibeli oleh konsumen akan terlihat dari perasaan bangga, percaya diri, simbol sukses ketika mereka menggunakan produk dengan merek ternama (Daga 2017).

5. Kemudahan

Pada dasarnya kepuasan konsumen akan tercipta apabila adanya kemudahan, kenyamanan, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan jasa yang akan diterimanya (Daga 2017).

Berdasar pada teori Kotler kepuasan konsumen merupakan kunci untuk mempertahankan pelanggan. Indikator dari kepuasan konsumen bisa ditinjau dari :

1. *Re-purchase*/membeli kembali. Dimana pelanggan tersebut akan kembali pada perusahaan guna mencari barang / jasa yang dibutuhkan.
2. Menciptakan *word-of-mouth*. Dalam hal ini, pelanggan akan menceritakan berbagai hal yang baik mengenai perusahaan kepada orang
3. Menciptakan citra merek. Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
4. Memutuskan untuk membeli pada perusahaan yang sama yakni membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

f. *Mobile banking*

Mobile banking (disebut juga dengan *M-banking* dan *SMS Banking*) merupakan aplikasi yang berguna untuk Pengecekan saldo rekening, mentransfer dana, pembayaran, pengajuan pulsa, dan transaksi perbankan lainnya melalui perangkat *mobile* seperti ponsel atau *Personal Digital Assistant* (PDA) (Singh 2012). *Mobile banking* merupakan fasilitas yang memberikan pelayanan dengan kecepatan dan kemudahan akses untuk mendapatkan informasi dan transaksi keuangan secara *real time*.

Layanan *mobile banking* bisa diakses oleh nasabah menggunakan ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan *mobile banking* merupakan saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telfon seluler (ponsel). Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah (Iriani 2018).

Mobile banking telah diperkenalkan di Indonesia sejak tahun duaribuan. Banyak bank di Indonesia, baik milik swasta maupun pemerintah, menawarkan layanan perbankan *mobile*. Beberapa di antaranya adalah Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BRI, Bank BCA, Bank Danamon, Bank Mega, dan Bank Permata (Setiawan 2016). Layanan *mobile banking* biasanya memiliki fitur seperti melihat saldo rekening dan riwayat transaksi, bunga deposito berjangka, transfer dana antar rekening, transfer dana ke rekening bank lain di Indonesia (SKN & RTGS), transfer dana ke rekening bank di luar negeri, membaca dan mengirimkan pesan ke bank (dienkripsi untuk keamanan pelanggan), informasi tentang nilai tukar mata uang asing dan tingkat suku bunga, dan memberikan otorisasi kepada pelanggan untuk mengubah nilai tukar.

Adapun manfaat/keunggulan dari penggunaan *mobile banking* adalah dapat bertransaksi tanpa menggunakan kartu / *cardless* sehingga dapat memudahkan pengguna, tersedia fitur transaksi dan riwayat transaksi yang lengkap sehingga memudahkan pembelian ataupun pembayaran, Fleksibel

karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Sementara itu, terdapat pula kelemahan dari *mobile banking*, diantaranya tergantung pada jaringan internet, harus diakses menggunakan *smartphone*, Rentan terkena kejahatan *cyber* seperti pencurian data, penipuan bahkan pembajakan sistem komputer (Nasution 2019).

C. Landasan Teologis

Al-Qur'an memang tidak menjelaskan secara eksplisit tentang penggunaan *mobile banking*, meski demikian terdapat ayat dalam Al-Qur'an yang mengandung nilai-nilai fundamental yang ada dalam praktik penggunaan *mobile banking*.

1. Al-Qur'an

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ؕ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ
كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ؕ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ؕ فَلْيَكْتُبْ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, ...” Q.S Al-Baqarah: 282

Pada ayat diatas dapat diartikan bahwa Allah telah memerintahkan apabila kita bertransaksi secara tidak tunai maka haruslah ditulis dengan sejelas jelasnya, tetapi seiring dengan berkembangnya teknologi informasi telah merubah pola kehidupan manusia dalam berinteraksi. Teknologi memudahkan segala bentuk transaksi yang dibutuhkan tanpa harus berkomunikasi secara langsung ataupun ditulis, seperti halnya dengan *mobile banking*. Pada penggunaan aplikasi ini akan tercantum dengan jelas segala bentuk transaksi yang telah dilakukan, segala jenis transaksi yang telah dilakukan akan secara otomatis tersimpan atau tercaatat pada riwayat transaksi, sehingga bisa unuk dipertanggungjawabkan.

2. Hadist

Hadis Nabi riwayat Abu Daud dan al-Tirmidzi: Tunaikanlah amanah (titipan) kepada yang berhak menerimanya dan janganlah berkhianat kepada orang yang mengkhianatimu.

Pada hadist ini menyebutkan bahwa segala jenis amanat harus disampaikan kepada yang berhak menerimanya. Dengan berkembangnya teknologi seiring berjalannya waktu, banyak sekali jenis teknologi informasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan amanat ataupun informasi yang dibutuhkan, contohnya dengan penggunaan mobile banking. Pada mobile banking terdapat layanan transfer, layanan ini dapat digunakan untuk mengirimkan uang kepada orang yang dituju. Selain layanan transfer terdapat juga layanan virtual account, pada layanan ini digunakan untuk melakukan pembayaran pada transaksi yang sedang dilakukan. Keunggulan sebuah teknologi adalah tingkat akurasi yang tinggi sehingga minim untuk terjadinya kesalahan, seperti pada penggunaan mobile banking, saat menggunakan layanan transfer ataupun pembayaran lain ketika sesuai dengan nomor yang dituju maka akan secara otomatis tersampaikan.

3. Prespektif Islam

Dalam perspektif Islam, kegiatan transaksi melalui *mobile banking* telah dinyatakan aman karena memiliki sitem perlindungan berlapis serta berbagai perlindungan hukum sehingga hak nasabah dalam transaksi *mobile banking* tidak dapat diperlakukan sewenang-wenang tanpa pertanggungjawaban (Hendrarsyah 2019). Melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* sama dengan bertransaksi jual beli, nasabah bertindak sebagai pembeli dan bank sebagai penjual. Dengan terpenuhinya syarat sah dan rukun perjanjian, *mobile banking* telah memenuhi syarat sah perjanjian maka *mobile banking* mencakup akad pelepasan hak (Intilaq) dengan atau tanpa ganti rugi yang dikenal sebagai Akad *Isqoth*. Menurut mayoritas ulama, melakukan ijab kabul secara tertulis diperbolehkan asalkan tidak ada elemen yang merugikan atau menimbulkan

kemadhorotan, sebaliknya, dalam hal ini transaksi menggunakan *mobile banking* sangat menguntungkan, karena layanan ini membawa banyak manfaat bagi masyarakat. Hukum Islam juga menjelaskan bahwa bertransaksi melalui *mobile banking* adalah transaksi muamalah yang diperbolehkan karena memiliki banyak manfaat yang diberikan khususnya para nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* (Trisni, 2018).

Jika ditinjau dari sistem dan prinsip operasionalnya *mobile banking* dalam perspektif fiqh kontemporer merupakan alat, media, teknik atau sarana yang bersifat fleksibel, dinamis, dan variabel. Hal ini tergolong pada kategori masalah teknis duniawi yang Rasulullah serahkan sepenuhnya kepada umat Islam dalam koridor Syariah untuk menguasai dan memanfaatkannya demi kemakmuran bersama. Ini juga termasuk dalam kaidah fiqh, dalam kaidah yang berbunyi:

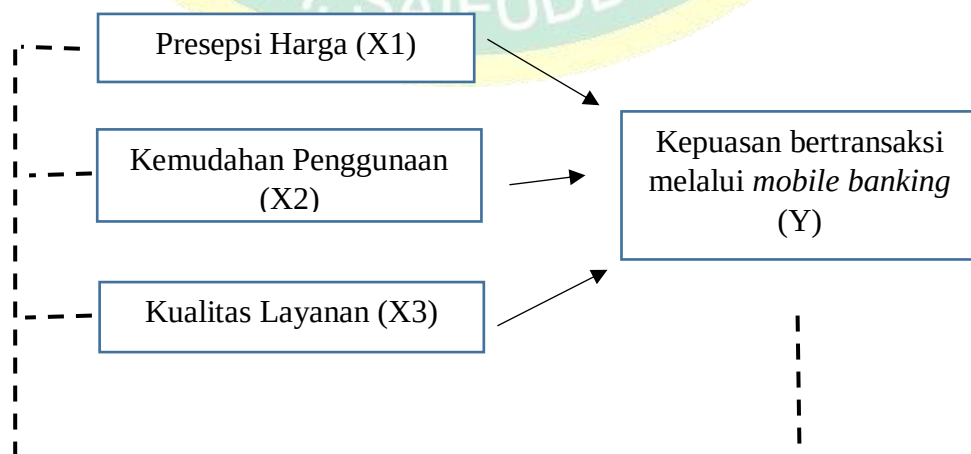
الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Maka dapat disimpulkan bahwa bertransaksi melalui *mobile banking* adalah diperbolehkan atas dasar prinsip masalah, karena kemajuan teknologi yang diperlukan untuk memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknis maupun syariah (Darwanto 2021)

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian pustaka yang telah dilakukan, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut



Keterangan:

- Menunjukkan pengaruh secara parsial
- - - Menunjukkan pengaruh secara simultan

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara pada masalah yang diteliti serta harus diuji kebenarannya secara empiris. Hipotesis menggambarkan hubungan apa yang kita cari atau pelajari. Hipotesis merupakan keterangan sementara dari hubungan berbagai fenomena yang kompleks. Sehingga sangat penting pada sebuah penelitian untuk merumuskan hipotesis (Setyawan, 2021).

1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Bertransaksi Melalui BRI Mobile.

Persepsi harga disebut pandangan setiap orang terhadap sebuah harga apakah bernilai tinggi, rendah, atau wajar. Dalam hal ini, pandangan pelanggan terhadap sebuah produk tentunya berbeda, karena setiap pelanggan memiliki penilaian tersendiri pada sebuah produk ataupun jasa.

Pada penelitian yang dilakukan oleh I Made Adi Juniantara dan Tjokorda Gde Raka Sukawati (2018) menyimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Dengan demikian dapat diprediksi bahwa persepsi harga mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan menggunakan *mobile banking*. Dari teori tersebut dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile

H_1 : Persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Bertransaksi Melalui BRI Mobile.

Kemudahan penggunaan merupakan rasa percaya seseorang bahwa menggunakan suatu sistem teknologi informasi tidaklah rumit atau

membutuhkan banyak usaha pada saat digunakan (Widjana 2010). Pada dasarnya kepuasan konsumen akan tercipta apabila adanya kemudahan, kenyamanan, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan jasa yang akan diterimanya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Yudhistira Yusuf Wardhana (2012), Dary Nugraha Gotama Putra, Susilo Toto Raharjo (2021) menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan. Dengan demikian dapat diprediksi bahwa kemudahan penggunaan mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan menggunakan *mobile banking*. Dari teori tersebut dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

H₂ : Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

3. Pengaruh Kualitas BI Fast Terhadap Kepuasan Bertransaksi Melalui BRI Mobile.

BI Fast merupakan infrastruktur Sistem Pembayaran ritel nasional yang dapat memfasilitasi pembayaran ritel secara real-time, aman, efisien, dan tersedia setiap saat dengan biaya sebesar Rp. 2.500 pada setiap transaksi (Bi.go.id). Kualitas layanan dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila layanan yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia layanan yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia layanan itu lagi (Rangkuti, 2002).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yudhistira Yusuf Wardhana (2012) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan menggunakan *mobile banking*. Dengan demikian dapat diprediksi bahwa kualitas layanan BI Fast mampu

memberikan pengaruh terhadap kepuasan menggunakan *mobile banking*. Dari teori tersebut dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Kualitas BI Fast tidak berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

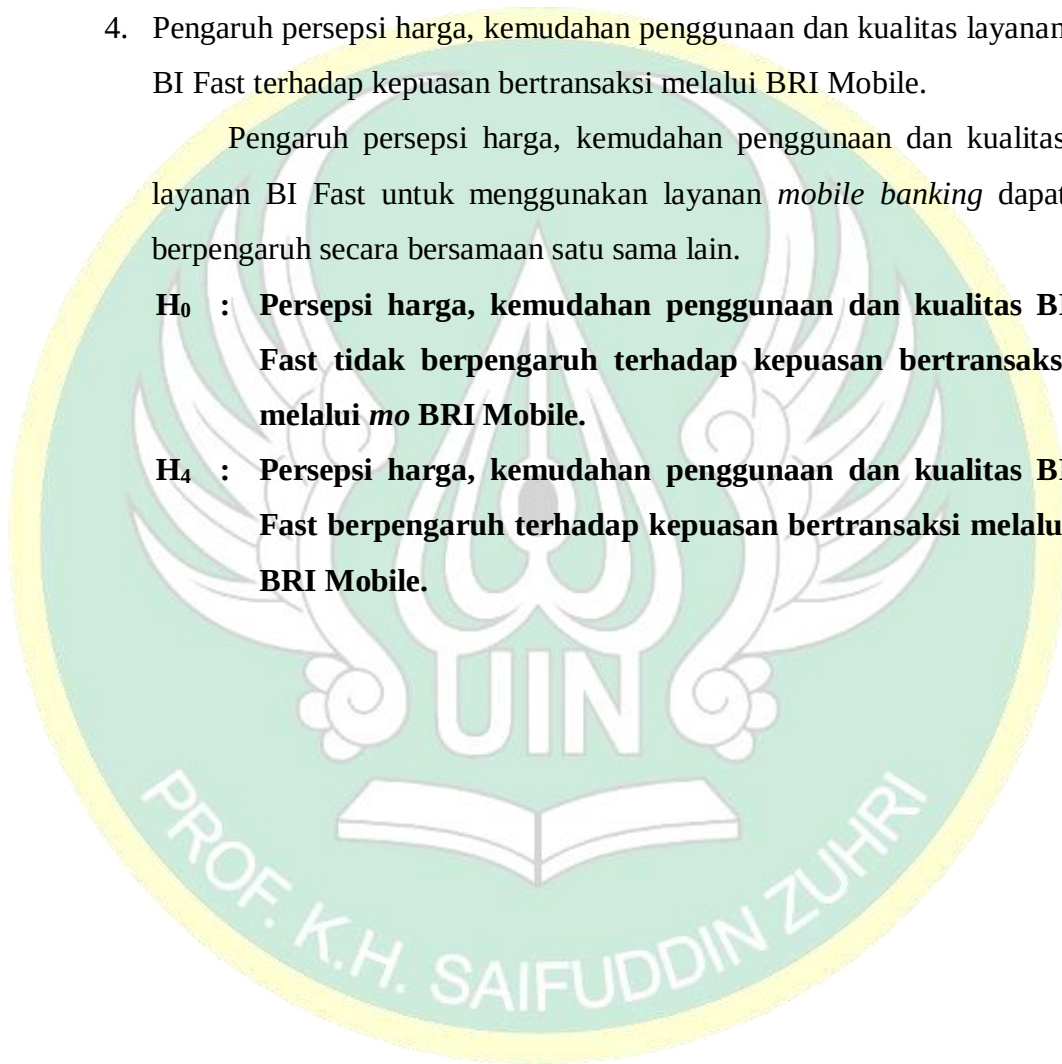
H₃ : Kualitas BI Fast berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

4. Pengaruh persepsi harga, kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BI Fast terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

Pengaruh persepsi harga, kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BI Fast untuk menggunakan layanan *mobile banking* dapat berpengaruh secara bersamaan satu sama lain.

H₀ : Persepsi harga, kemudahan penggunaan dan kualitas BI Fast tidak berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui mo BRI Mobile.

H₄ : Persepsi harga, kemudahan penggunaan dan kualitas BI Fast berpengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada pengumpulan dan evaluasi data numerik atau statistik. Dengan menggunakan rancangan penelitian yang terstruktur, mengikuti prosedur yang sistematis, dan memanfaatkan instrumen pengumpulan data yang valid dan dapat diandalkan, metode kuantitatif menjawab pertanyaan penelitian. (wijayanti, 2021). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil yang obyektif dan dapat diuji secara statistik guna memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti yakni adanya persepsi harga, kemudahan penggunaan dan kualitas layanna BI Fast yang mempengaruhi tingkat kepuasan dalam penggunaan *mobile banking*.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H., Saifuddin Zuhri Purwokerto, Jl. Ahmad Yani. Purwokerto 40A. Adapun alasan memilih Fakultas ini karena lebih dari sebagian mahasiswa FEBI yakni sebanyak 2.124 mahasiswa telah mendapatkan materi-materi tentang perbankan mulai dari semester 3 (tiga), sehingga sudah mengetahui fasilitas layanan-layanan yang disediakan oleh bank, terutama *mobile banking*. Penelitian dimulai pada semester ganjil mulai pada 30 Mei 2023 hingga 3 Oktober 2023.

C. Populasi dan Sampel

Populasi mengacu pada keseluruhan objek penelitian yang dapat menggabungkan berbagai elemen seperti makhluk hidup, objek, efek samping, skor tes, atau kejadian, yang merupakan sumber informasi yang membahas kualitas khusus dalam sebuah ulasan atau eksplorasi (Sinaga, 2014). Populasi penelitian ini terdiri dari 2.391 mahasiswa FEBI.

Sedangkan sampel hanya terdiri dari sebagian kecil dari seluruh populasi, langkah-langkah tertentu diambil untuk memastikan bahwa sampel tersebut secara akurat mewakili populasi secara keseluruhan (Sinaga, 2014). Sampel

pada penelitian ini adalah mahasiswa FEBI. Teknik pada pengambilan data sampel di penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2013). Kemudian menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah mahasiswa FEBI semester 3,5 dan 7 yang menggunakan BRI Mobile.

Mempertimbangkan margin kesalahan, yang berkisar antara 5% hingga 10%, kita dapat menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran atau jumlah sampel. Menurut Slovin di Seville, rumus untuk menentukan parameter sampel dari suatu populasi:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan

Maka, sampel pada penelitian ini dengan batas kesalahan ditaksir sebesar 5% (0,05) sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{2.391}{1 + 2.391(0,05)^2} = 343 \end{aligned}$$

D. Variabel Indikator Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah

a. Variabel Independen (X)

Prediktor, variabel eksogen, dan variabel independen semuanya mengacu pada variabel yang memiliki pengaruh positif atau negatif

terhadap variabel dependen. Terdapat dua variabel bebas (X) dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Presepsi harga (X_1)
2. Kemudahan penggunaan (X_2)
3. Kualitas BI Fast (X_3)

b. Variabel Dependen (Y)

Perhatian utama dalam sebuah penelitian adalah variabel dependen, juga dikenal sebagai variabel endogen, konsekuensial, atau dependen. Tujuan penelitian atau masalah yang akan dipecahkan oleh peneliti adalah variabel ini. Kepuasan mahasiswa terhadap transaksi *mobile banking* merupakan variabel dependen penelitian.

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pertanyaan
Presepsi harga (X_1)	Persepsi harga merupakan faktor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh yang penting dalam reaksi konsumen kepada harga (yosepha 2020).	1. Keterjangkauan harga (Sientra 2020)	Pada <i>mobile banking</i> terdapat pilihan layanan transfer (<i>Realtime online</i> , SKN. RTGS dan BI Fast) itu sangat menguntungkan bagi saya karena dapat memilih biaya yang lebih terjangkau.
		2. Kesesuaian harga dengan kualitasnya (Sientra 2020)	Saya yakin biaya yang harus dibayarkan ketika bertransaksi melalui <i>mobile banking</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pertanyaan
			sesuai dengan kualitas yang diberikan
		3. Daya saing harga (Sientra 2020)	Biaya transfer pada <i>mobile banking</i> sebesar Rp. 2.500 pada setiap transaksi lebih cepat dan ekonomis sehingga mampu bersaing dengan layanan transfer yang lain
		4. Kesesuaian harga dengan manfaatnya (Sientra 2020)	Saya yakin biaya yang harus dibayarkan ketika bertransaksi melalui <i>mobile banking</i> sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan
Kemudahan penggunaan (X ₂)	Kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa	1. Efisiensi waktu (Risma 2021)	Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat mengefisiensi waktu saya karena tidak harus pergi ke bank

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pertanyaan
	menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (Widjana 2010).	2. Kemampuan melakukan transaksi (Risma 2021)	Saya bisa melakukan transaksi melalui <i>mobile banking</i>
		3. Kemudahan operasional (Risma 2021)	Saya tidak mengalami kesulitan ketika menggunakan <i>mobile banking</i>
		4. Fleksibel (Risma 2021)	Menggunakan <i>mobile banking</i> sangat fleksibel karena dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja
Kualitas Layanan (X ₃)	kualitas pelayanan (<i>service quality</i>) didefinisikan sebagai sesuatu yang terdapat perbedaan antara	1. Reliabilitas / kehandalan (<i>reliability</i>) (Khanan 2019)	Bank Indonesia menyediakan layanan BI Fast pada <i>mobile banking</i> dengan biaya yang lebih murah dari sebelumnya yakni tertera jelas pada layanan transfer sebesar Rp. 2.500

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pertanyaan
	kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh (Khanan 2021).	2. Daya tanggap (<i>responsivness</i>) (Khanan 2019)	Saya tidak harus menunggu lama untuk uang yang saya transferkan melalui BI Fast sampai ke tujuan
		3. Jaminan (<i>assurance</i>) (Khanan 2019)	Saya merasa transfer menggunakan layanan BI Fast pada <i>mobile banking</i> lebih aman
		4. Empati / perhatian (<i>emphaty</i>) (Khanan 2019)	Saya lebih tertarik melakukan transfer antar bank menggunakan BI Fast pada <i>mobile banking</i> daripada layanan yang lain
		5. Bukti / kemampuan fisik (<i>tangibles</i>) (Khanan 2019)	Saya langsung menerima bukti transaksi setelah menggunakan layanan BI Fast
Kepuasan (Y)	Kepuasan konsumen adalah suatu persepsi	1. <i>Re-purchase</i> (Daga 2017)	Saya merasa bahwa menggunakan aplikasi Brimo (BRI Mobile) untuk

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pertanyaan
	terhadap produk dan jasa yang telah memenuhi harapannya (Daga 2017)		bertransaksi adalah keputusan yang tepat
		2. Menciptakan <i>Word-of-Mouth</i> (Daga 2017)	Pengalaman saya saat menggunakan aplikasi Brimo telah memberikan kepuasan
		3. Menciptakan Citra Merek (Daga 2019)	Saya merasa puas dengan layanan yang disediakan pada aplikasi Brimo
		4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama (Daga 2019)	Saya akan menggunakan kembali layanan yang saya butuhkan melalui aplikasi Brimo

E. Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode dalam pengumpulan datanya, antara lain:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono 2013). Dalam penelitian ini menggunakan observasi terstruktur karena peneliti telah mengetahui jenis variabel yang diteliti. Observasi terstruktur didefinisikan sebagai teknik pengamatan yang telah disusun secara

terstruktur dan sistematis mulai dari objek, waktu dan tempat penelitian dilakukan. Observasi ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan objek mahasiswa FEBI pada tanggal 30 Mei 2023

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013), wawancara dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan cara terstruktur atau tidak terstruktur, secara langsung, atau melalui telepon. Dalam wawancara tidak terstruktur terhadap beberapa mahasiswa FEBI, peneliti hanya menggunakan poin-poin atau garis besar masalah yang akan ditanyakan daripada pedoman wawancara yang disusun secara runtut dan detail.

c. Kuisioner (Angket)

Jajak pendapat adalah suatu strategi pemilihan informasi yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan tertulis kepada responden yang pada saat itu menanggapi. Kuisioner penelitian ini terdiri dari pertanyaan tertutup yang ditanyakan kepada responden melalui Google Forms. Kuisioner disebarluaskan secara online melalui whatsapp dan offline yaitu dengan cara peneliti langsung ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan masuk ke beberapa kelas untuk membagikan kuisioner. Adapun dalam skala pengukuran ini menggunakan skala likert yang mempunyai tujuan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial.

Tabel 3.2

Tabel Skala Jawaban

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

F. Sumber Data

a. Sumber Primer

Sumber data primer adalah pengumpulan data secara langsung. Jadi dalam mengumpulkan data dilakukan secara langsung yang bertujuan untuk menjawab tujuan dari penelitian dan rumusan masalah. Data primer pada penelitian ini yakni berupa angket atau kuesioner yang berisi tentang pengaruh persepsi harga, kemudahan penggunaan dan kualitas BI Fast terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile yang dibagikan melalui google formulir dan diberikan kepada mahasiswa FEBI UIN Prof., K.H., Saifuddin Zuhri Purwokerto.

b. Sumber Sekunder

Yang dimaksud dengan sumber sekunder adalah sumber yang memberikan data kepada pengumpul data secara tidak langsung, seperti melalui individu lain atau berupa dokumen seperti buku ataupun jurnal yang berkaitan dengan judul penelitian.

G. Analisis Data

Analisis data penelitian ini menggunakan statistika deskriptif dan inferensial. Analisis statistika deskriptif bertujuan untuk menggambarkan data yang telah didapatkan. Sedangkan statistika inferensial memiliki tujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab rumusan masalah melalui analisis regresi berganda. Maka dari itu, sebelumnya perlu melakukan perubahan data ordinal menjadi interval menggunakan MSI. Kemudian, melakukan uji validitas dan reliabilitas agar instrumen penelitian dapat dipercaya. Setelah itu, baru bisa melakukan uji hipotesis melalui analisis regresi linear berganda dengan tiga variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat).

a. Method of Successive Interval (MSI)

Method of Successive Interval atau MSI merupakan sebuah metode untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi data interval. Terdapat beberapa prosedur statistik seperti analisis regresi linear berganda, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan menggunakan data interval (Prasetya & Putra, 2020). Dikarenakan data yang digunakan pada

penelitian ini adalah data ordinal. Maka pada penelitian ini perlu melakukan transformasi data ordinal menjadi interval yakni dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Transformasi data tersebut dapat dilakukan melalui program Excel pada bagian Add In di bagian statistik kemudian pilih *Successive Interval*.

b. Statistika Deskriptif

Statistika deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memberikan gambaran dan mendeskripsikan sebuah data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Analisis statistika deskriptif dapat dikemukakan melalui penyajian data seperti tabel, grafik, pictogram, dan diagram lingkaran. Selain itu, analisis statistika deskriptif dapat berupa perhitungan mean, modus, median, perhitungan desil, presentil, dan standar deviasi, perhitungan presentase (Sugiyono 2022).

c. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen dikatakan valid atau tidak valid dalam mengukur suatu variabel penelitian, misalnya pada kuesioner. Suatu instrumen dari kuesioner dikatakan valid bila instrumen tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak diukur. Sehingga dapat dikatakan bahwa validitas berhubungan dengan “ketepatan” dengan alat ukur. Dengan instrumen yang valid akan menghasilkan data yang valid pula (Wahyuningsih 2018). Pada penggunaan metode korelasi pearson atau korelasi *product moment* terdapat, beberapa kaidah dalam pengujian validitas yakni sebagai berikut:

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dinyatakan valid.
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau $r \text{ hitung}$ negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak

berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dinyatakan tidak valid.

Untuk mengetahui r hitung maka dapat melihat pada kolom Korelasi Pearson. Sedangkan untuk mengetahui r tabel dapat diketahui dengan melihat tabel r dengan N (jumlah sampel) adalah 343 dan tingkat kemaknaan sebesar 0,05 (5%).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Wahyuningsih). Pada penelitian ini dalam pengujian reliabilitas dengan berpacu pada nilai Cronbach's alpha. Terdapat kriteria yang harus dipenuhi dalam pengujian reliabilitas yakni sebagai berikut (Wahyuningsih 2018):

- 1) Apabila suatu variabel dikatakan reliabel, maka dengan syarat bahwa nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.
- 2) Jika nilai dari Cronbach's Alpha $< 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa suatu variabel tidak reliabel/stabil.

d. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ginting 2019). Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dapat dikatakan memiliki nilai baik dari signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk* yang memiliki nilai $> \alpha=0,05$ (Widana & Muliani, 2020). Apabila suatu data memiliki nilai lebih dari $\alpha=0,05$ maka data sampel tersebut berdistribusi normal. Kriteria pengambilan keputusan uji normalitas:

- a) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat diasumsikan bahwa data berdistribusi normal.
- b) Jika hasil uji kolmogorof-smirnof menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$ maka diartikan data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas terjadi ketika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi (Ginting 2019). Untuk menguji adanya atau tidaknya multikolinearitas bisa dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor* (VIF).

- a) Jika *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* $< 10,00$ maka variabel bebas yang akan diuji tidak memiliki gejala multikolinearitas.
- b) Jika *tolerance* $< 0,10$ nilai *VIF* $> 10,00$ maka variabel bebas yang akan diuji memiliki gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dipakai dalam menentukan ada atau tidaknya penyimpangan/kecenderungan. Metode spearman rho merupakan metode yang tepat untuk melakukan uji heteroskedastisitas. (Widana dan Muliani, 2020). Kriteria keputusan uji heterokedastisitas:

- a) Nilai *Sig.* $> 0,05$ maka tidak terdapat gejala heterokedastisitas.
- b) Nilai *Sig.* $< 0,05$ maka terdapat gejala heterokedastisitas.

e. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk memastikan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen (Sugiyono 2020). Berikut adalah komponen dari Model Analisis Regresi Linear Berganda:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (nilai yang akan diprediksi)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1, X_2, X_3 = Variabel bebas

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu ukuran kesesuaian garis regresi terhadap data digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ratnasari 2019). Nilai koefisien determinasi memiliki rentang nilai nol sampai dengan 1 ($0 < R^2 < 1$). Besaran nilai R^2 menunjukkan banyaknya informasi yang bisa diberikan oleh variabel independen untuk memprediksi variabel dependen (Sugiarto 2006). Untuk melakukan uji ini maka rumus yang digunakan yaitu:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

g. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2016). Dasar pengambilan keputusan uji parsial menurut sahir (2021):

1. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent
2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ (5%) maka yang dapat dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat.

h. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pembuktian dicoba dengan metode menyamakan angka

Fhitung dengan Fhitung dengan Ftabel pada tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ di mana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel (Sahir 2021). Berikut adalah dasar analisis yang digunakan pada uji F:

a) Perbandingan Fhitung dengan Ftabel

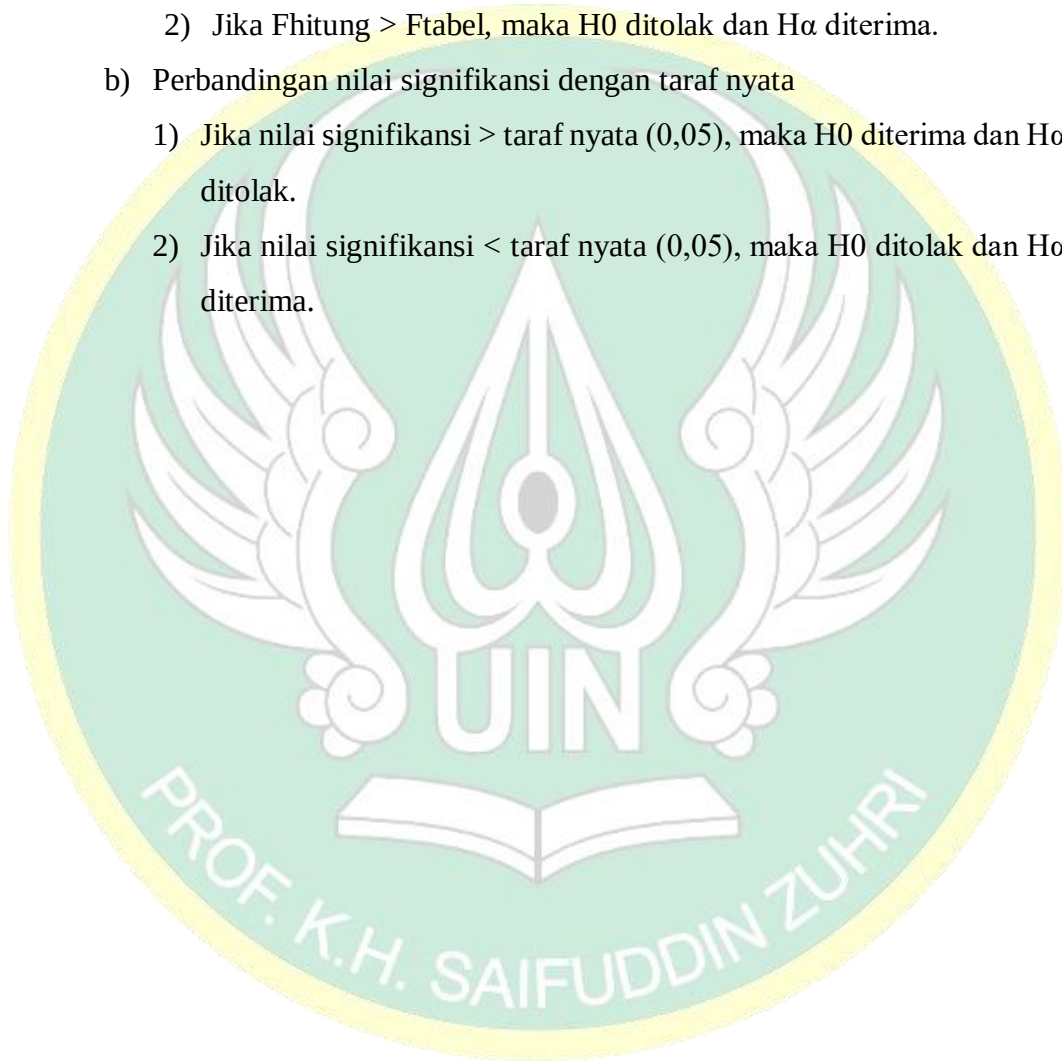
1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Perbandingan nilai signifikansi dengan taraf nyata

1) Jika nilai signifikansi $>$ taraf nyata (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Jika nilai signifikansi $<$ taraf nyata (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.



BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

1. Gambaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu fakultas yang dimiliki oleh UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto disamping Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, Fakultas Dakwah serta Fakultas Ushuludin. Hal ini terjadi setelah proses transformasi STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto ditandai dengan diterbitkannya peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 139 Tahun 2014 tanggal 17 Oktober 2014.

Kemudian seremonial peresmian transformasi institut tanggal 19 Desember 2015 diresmikan oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara Jakarta dilanjutkan Launching IAIN Purwokerto dihadiri Menteri Agama Republik Indonesia H. Lukman Hakim Saifuddin pada tanggal 26 Mei 2015 dibuktikan dengan penandatanganan prasasti peresmian Gedung Rektorat IAIN Purwokerto memiliki lima fakultas penyangga institusi yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Fakultas Syariah dan Hukum Islam, Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Kemudian pada tahun 2021 status IAIN Purwokerto berubah dari Institut menjadi Universitas. Perubahan status ini ada di dalam peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2021. Dalam perpers tersebut presiden menimbang bahwa dalam rangka memenuhi tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam proses integritas ilmu agama islam dengan ilmu lain serta mewujudkan sumber daya manusia berkualitas, perlu menetapkan Peraturan Presiden tentang UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Purwokerto dari yang sebelumnya berbentuk Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Purwokerto. Perubahan status ini diiringi dengan penambahan fakultas baru, yakni fakultas sains dan teknologi pada tahun 2023.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dipimpin oleh Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag yang menjabat sebagai Dekan fakultas. Pada Fakultas ini terdapat tiga program studi yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, serta Manajemen Zakat dan Wakaf. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam *membenahi soft skill* mahasiswa dengan upaya sistematis praktis dan integralistis melalui penguasaan ilmu ekonomi dan bisnis islam secara teoritis dan praktis. Hal ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pemikiran serta mampu memecahkan permasalahan ekonomi, sosial dan kemasyarakatan.

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. Visi

Menjadikan Fakultas yang unggul, progresif, dan integratif dalam mengembangkan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam di ASEAN Tahun 2040.

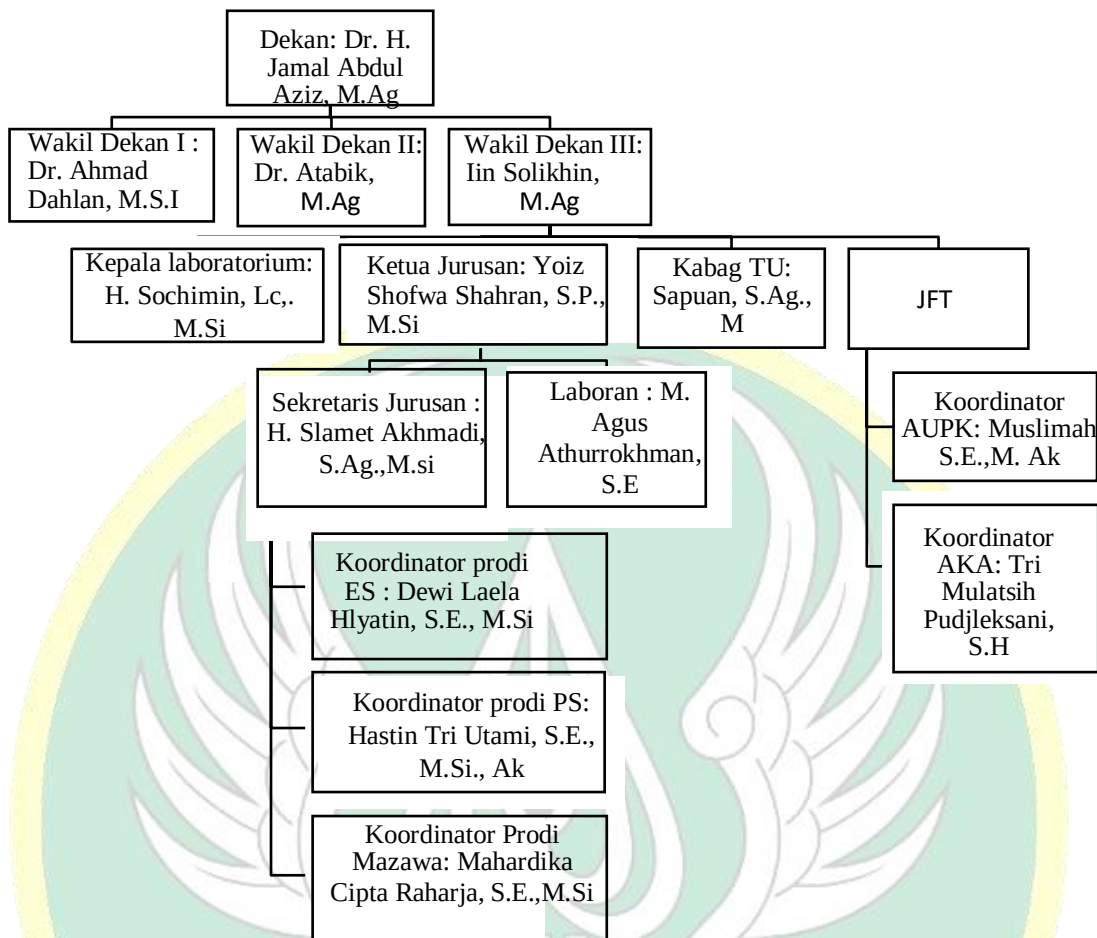
b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis islam yang unggul, progresif, dan integratif.
- 2) Menjadi *Research Center* dalam bidang ekonomi dan bisnis islam.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian pada masyarakat melalui program kemitraan dan kerjasama.
- 4) Mencetak lulusan yang mandiri berintegritas dan islami dengan berakal ilmu pengetahuan, *hard* dan *soft skill*.
- 5) Menyelenggarakan tata kelola dan pelayanan prima pendidikan tinggi.

c. Tujuan

- 1) Melahirkan fakultas, jurusan dan program studi yang unggul dan mampu bersaing di tingkat nasional dan regional.

- 2) Menghasilkan lulusan yang kreatif, inovatif dan professional di bidang ekonomi dan bisnis islam, perbankan islam, perzakatan dan perwakafan.
- 3) Menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan dalam pengetahuan, *hard skill* dan *soft skill* sesuai dengan tuntutan stakeholder (pengguna lulusan) dan mampu berkompetisi di tingkat nasional dan regional.
- 4) Menghasilkan iklim akademik yang sinergis dan berkelanjutan dengan sistem informasi manajemen berbasis ITC (*Information and Communication of Technology*).
- 5) Melahirkan Sumber Daya Manusia yang berbudaya organisasi dan adaptif terhadap perubahan zaman.
- 6) Menghasilkan karya ilmiah dalam bidang ekonomi dan bisnis islam, perbankan islam, perzakatan dan perwakafan yang dipublikasikan dalam jurnal.
- 7) Menjadikan FEBI sebagai pusat penelitian bidang ilmu-ilmu ekonomi dan bisnis islam perbankan islam, perzakatan dan perwakafan.
- 8) Menjadikan lembaga-lembaga nasional dan internasional sebagai mitra kerjasama dalam bidang keilmuan dan teknologi yang berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.
- 9) Menjalin kerjasama dengan alumni untuk membentuk jaringan kerjasama dalam meningkatkan kualitas *outcome*.
- 10) Menghasilkan lulusan yang memiliki kemandirian dalam ekonomi dan bisnis islam perbankan islam, perzakatan dan perwakafan .
- 11) Melahirkan output yang berbudi luhur, berjiwa entrepreneurship dan berintegritas dan bermoral.



Gambar 4.1. Struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

3. Gambaran umum pada fitur dan layanan BRI Mobile

BRI Mobile merupakan sebuah aplikasi keuangan milik PT Bank BRI, BRI telah hadir sejak 1895 dengan tujuan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat Indonesia, menjangkau yang sulit untuk dijangkau dan melayani dari yang tak terlayani. Manfaat dari Fitur – fitur yang ada didalam aplikasi BRImo yaitu

- 1) Pengguna aplikasi BRImo dapat bertransaksi tanpa datang langsung ke tempat pembayaran atau top up di mini market atau konter.
- 2) Dapat bertransaksi 24 jam tanpa batas waktu.
- 3) Menghemat biaya dalam membayar tagihan listrik dan air dalam kebutuhan rumah.

- 4) Dapat dengan mudah untuk mengakses perhitungan nilai tukar mata uang asing.
- 5) Memberikan manfaat bagi bank karna dapat mengurangi antrean, contohnya dalam hal pembukaan tabungan baru, transfer, setor tunai dan tarik tunai yang biasanya dilakukan langsung di bank sekarang bisa dengan mudah diakses dalam aplikasi BRIimo.
- 6) Serta memberikan manfaat lainnya dalam pembayaran asuransi, pembayaran UKT bagi mahasiswa, pembayaran berlangganan TV dan internet, BPJS, pemesanan tiket KAI dan travel untuk berwisata, pembayaran pajak dan layanan investasi atau saham.

Prosedur penggunaan aplikasi BRIimo dalam transaksi perbankan dibedakan menjadi tujuh fitur yaitu, prosedur pembukaan registrasi tabungan simpedes, prosedur transfer, prosedur dompet digital, prosedur BRIZZI, prosedur tarik tunai dan setor tunai melalui ATM, prosedur BRIVA dan prosedur transfer internasional.

B. Deskripsi Responden

Dalam bagian ini, hasil penelitian dibahas secara khusus tentang gambaran umum responden berdasarkan sampel penelitian sebelumnya. Tujuan dari karakteristik responden adalah untuk mengetahui keragaman dan keadaan responden sehubungan dengan masalah dan tujuan pada penelitian ini. jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 343 mahasiswa dari fakultas ekonomi dan bisnis islam yang merupakan representasi dari jumlah populasi. Karakteristik dan identitas responden diklasifikasikan dalam 4 (empat) kategori, termasuk jenis kelamin, usia, program studi, dan jenis *mobile banking* yang digunakan. Untuk masing-masing karakteristik responden responden, disajikan pada berikut:

1. Jenis Kelamin

Secara umum, penggolongan responden berdasar pada jenis kelamin dapat menggambarkan penelitian yang berhubungan dengan suatu klasifikasi pada aspek demografis responden. Berdasarkan riset yang telah

dilakukan dapat diidentifikasi bahwa berdasar pada jenis kelamin dapat diklasifikasikan menjadi 2 kategori yaitu jenis kelamin perempuan dan laki laki. Berikut adalah tabel tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Perempuan	266	77,6%
2.	Laki Laki	77	22,4%
	Jumlah	343	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Bersumber pada tabel diatas di atas bisa dikatakan bahwa pengolongan responden berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan memiliki frekuensi lebih besar daripada laki laki yaitu sebanyak 266 mahasiswa FEBI (77,6 %) sedangkan jenis kelamin laki laki berjumlah 77 mahasiswa FEBI (22,4%). Ini memperlihatkan yang menjadi mayoritas dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan.

2. Usia

Pada bagian ini, memaparkan tentang jenis responden berdasarkan usia. Tabel berikut menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan usia, yang dapat dikaitkan dengan kemudahan masyarakat untuk menerima atau mengadopsi teknologi tertentu.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	17 – 18 tahun	35	10,2%
2.	19 – 21 tahun	209	60,9%

3.	22 – 25 tahun	99	28,9%
Jumlah		343	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel di atas membagi responden menjadi tiga kelompok berdasarkan usia mereka: usia 17–18 tahun terdiri dari 35 mahasiswa FEBI (10,2%), usia 19–21 tahun terdiri dari 209 mahasiswa FEBI (60,9%), dan usia 22–25 tahun terdiri dari 99 mahasiswa FEBI (28,9%). Dengan demikian, kelompok usia terbesar dalam penelitian ini adalah kelompok usia 19–25 tahun.

3. Program Studi

Pada bagian ini dijelaskan karakteristik responden berdasarkan program studi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam terdapat 3 (tiga) program studi, diantaranya prodi Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah Dan Manajemen Zakat Wakaf. Klasifikasi berdasarkan hal ini ditunjukkan pada tabel berikut

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

No	Program studi	Frekuensi	Presentase
1.	Ekonomi Syariah	138	40,2%
2.	Perbankan Syariah	151	44%
3.	Manajemen zakat wakaf	54	15,8%
Jumlah		343	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari program studi Perbankan Syariah, seperti yang terlihat dari tabel 4.3, sebanyak 151 responden (44%) berasal dari program studi perbankan syariah, sedangkan 138 responden (40,2%) dari program studi ekonomi syariah, dan 54 responden (15,4%) dari program studi manajemen zakat wakaf.

C. Hasil Penelitian

Bagian ini membahas mengenai hasil analisis data, termasuk pengujian instrumen data dan hipotesis yang dihasilkan dari metode analisis statistika deskriptif dan statistika inferensial menggunakan alat bantu SPSS versi 25.0. Hasil penelitian juga mencakup pengujian instrumen data penelitian, yang mencakup uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, untuk masing-masing variabel dilakukan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda.

a. Analisis Statistika Deskriptif

Tabel 4.4
Analisis Statistika Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X ₁	343	4,00	20,00	15,7318	2,92465
X ₂	343	4,00	20,00	17,4752	2,99197
X ₃	343	5,00	25,00	20,0117	3,73929
Y	343	4,00	20,00	16,5044	2,98032
Valid N	343				

Sumber : data primer yang diolah

1. Variabel Persepsi Harga (X₁), dihasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 15,7318 dan standar deviasi sebesar 2,92465, yang menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi. Oleh karena itu, penyebaran data X₁ dapat dianggap baik karena standar deviasi mendekati rata-rata. Sementara itu, variabel X₁ memiliki nilai minimum 4,00 dan nilai maksimum 20,00.
2. Variabel Kemudahan Penggunaan (X₂) memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 17,4752 dan standar deviasi sebesar 2,99197. Nilai rata-rata ini lebih besar dari standar deviasi, jadi penyebaran data X₂ dianggap baik karena standar deviasi lebih kecil dari rata-rata. Pada variabel X₂ memiliki nilai minimum 4,00 dan nilai maksimum 20,00.

3. Variabel Kualitas BI Fast (X_3) didapat nilai *mean* sebesar 20,0117 dan standar deviasi sebesar 3,73929, sehingga dapat dinyatakan bahwa nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi yang berarti penyebaran data X_3 bisa dikatakan baik karena standar deviasi mendekati rata-rata. Nilai minimum pada variabel X_3 adalah 5,00 dan nilai maximumnya adalah 25,00.
4. Variabel kepuasan (Y) dari tabel 4.5 dapat paparkan bahwa nilai *mean* adalah 16,5044 dan standar deviasi yakni 2,98032. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *mean* lebih tinggi dari standar deviasi, pernyataan ini dapat dimaknai bahwa penyebaran data Y dikatakan baik karena standar deviasi mendekati *mean*. Nilai minimum variabel Y sebesar 4,00 dan nilai maximum adalah 20,00.

b. Uji Instrumen Data

Pengujian instrumen penting dilakukan guna memastikan kualitas pada penelitian, serta menilai baik tidaknya sebuah pernyataan sebagai alat ukur pada pengumpulan data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. pengolahan data dilakukan dengan bantuan program spss versi 25.0. untuk mengolah data.

1. Uji Validitas

Guna mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian maka perlu dilakukan uji validitas. uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel dan r hitung. Jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel (r hitung $>$ r tabel) maka item pernyataan tersebut dikatakan valid, dan jika r hitung kurang dari tabel (r hitung $<$ r tabel) maka item pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

a) Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X_1)

Pada variabel persepsi harga terdapat 4 pernyataan yang digunakan. Hasil uji validitas pada variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Uji Validitas Persepsi Harga (X_1)

No. Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X _{1.1}	0,788	0,106	Valid
X _{1.2}	0,811	0,106	Valid
X _{1.3}	0,778	0,106	Valid
X _{1.4}	0,829	0,106	Valid

Sumber : data primer yang diolah

Mengacu pada tabel 4.6 menunjukkan hasil uji validitas pada variabel persepsi harga (X₁). Semua empat pernyataan tentang variabel persepsi harga memiliki nilai korelasi pearson atau r_{hitung} > r_{tabel} (0,106). Nilai r_{tabel} diperoleh dengan meninjau tabel product moment, dengan N = 343 dan taraf signifikansi 5%. Oleh karena itu, semua pernyataan tentang variabel persepsi harga adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

b) Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X₂)

Pada variabel terdapat terdapat 4 (empat) pernyataan yang dipakai. Hasil uji validitas pada variabel ini adalah sebagai berikut

Tabel 4.6

Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X₂)

No. Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X _{2.1}	0,869	0,106	Valid
X _{2.2}	0,868	0,106	Valid
X _{2.3}	0,797	0,106	Valid
X _{2.4}	0,893	0,106	Valid

Sumber : data primer yang diolah

Tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas pada variabel kemudahan penggunaan (X₂). Semua pernyataan tentang variabel kemudahan penggunaan adalah valid, karena dari empat pernyataan tentang kemudahan penggunaan terdapat nilai korelasi pearson atau r_{hitung} > r_{tabel} (0,106).

c) Uji validitas Variabel Kualitas BI Fast (X₃)

Ada lima pernyataan yang digunakan pada uji validitas variabel kualitas BI Fast

Tabel 4.7
Uji Validitas Kualitas BI Fast (X3)

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{3.1}	0,843	0,106	Valid
X _{3.2}	0,878	0,106	Valid
X _{3.3}	0,847	0,106	Valid
X _{3.4}	0,796	0,106	Valid
X _{3.5}	0,832	0,106	Valid

Sumber : data primer yang diolah

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian validitas pada variabel kualitas BI Fast (X₃). Dari lima pernyataan tentang variabel kualitas layanan masing-masing memiliki nilai korelasi pearson atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,106). Nilai r_{tabel} diperoleh dengan meninjau tabel product moment, dengan N = 343 dan taraf signifikansi 5%. Dengan demikian, semua pernyataan tentang variabel kualitas layanan dikatakan valid.

d) Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y)

Uji validitas pada variabel Y yaitu kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile terdapat 4 butir pernyataan, hasil uji validitas pada variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Validitas Kepuasan (Y)

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,868	0,106	Valid
Y.2	0,924	0,106	Valid
Y.3	0,901	0,106	Valid
Y.4	0,886	0,106	Valid

No. Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
----------	---------------------	--------------------	------------

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4.9 menyatakan bahwa nilai r hitung untuk setiap item pernyataan variabel kepuasan (Y) lebih besar dari r tabel (0,106) hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan tentang kepuasan menunjukkan nilai yang valid. Dengan demikian, semua pernyataan tentang variabel kualitas layanan dikatakan valid.

e) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji instrumen data yang dilakukan untuk mengetahui seberapa stabil suatu alat penelitian, seperti angket atau kuisioner. Untuk menguji reliabilitas, kriteria pengambilan keputusan yang digunakan yaitu nilai cronbach's alpha. Jika nilai cronbach's alpha lebih dari atau sama dengan 0,60 , maka data tersebut dianggap reliabel. Selanjutnya, reliabilitas setiap variabel kuesioner penelitian diuji dengan SPSS, yang terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
X ₁	4	0,814	Reliabel
X ₂	4	0,877	Reliabel
X ₃	5	0,895	Reliabel
Y	4	0,917	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah

Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk tiga variabel bebas yaitu persepsi harga, kemudahan penggunaan, kualitas layanan BI Fast dan satu variabel dependen yakni variabel kepuasan, menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha masing-masing variabel memiliki jumlah yang lebih besar dari batasan nilai

yang telah ditentukan, yaitu nilai $> 0,60$. Dengan demikian, masing-masing variabel dapat dianggap reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah sebuah data terdistribusi secara normal atau tidak. Data bisa dinyatakan memiliki nilai baik dari signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* dan *Exact Sig. (2-tailed)* yang memiliki nilai $> \alpha=0,05$. Ada kaidah pengujian normalitas yang menyatakan bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05 menunjukkan bahwa data tersebut memiliki distribusi normal, dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa data tersebut memiliki distribusi tidak normal.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

		Undstadarzied Residual
N		343
Normal Paramaeters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1813,041547
Most Extreme Differences	Absolute	0,049
	Positive	0,041
	Negative	-0,049
Test Statistic		0,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,043 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		0,362
Point Probability		0,000

a. Test distribution is Normal

b. Calcultade from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4.10 adalah tabel pengujian normalitas yang menunjukkan nilai signifikan exact (2-tailed) sebesar 0,362 sehingga dapat ditarik sebuah pernyataan bahwa hasil dari pengujian normalitas mempunyai nilai yang lebih besar dari taraf signifikan yang ditentukan yakni 0,05 (5%), sehingga data penelitian dianggap berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi saling berhubungan antar variabel bebas atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji ini adalah bahwa jika toleransi lebih dari 0,10 (*tolerance* > 0,10) dan VIF kurang dari 10,00 (*VIF* < 10,00) maka variabel bebas yang diuji tidak menunjukkan gejala multikolinearitas. Jika toleransi kurang dari 0,10 (*tolerance* < 0,10) dan VIF lebih dari 10,00 (*VIF* > 10,00) maka variabel bebas yang diuji menunjukkan gejala multikolinearitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Persepsi Harga (X_1)	0,376	2,659	Bebas Multikolinieritas
Kemudahan (X_2)	0,506	1,978	Bebas Multikolinieritas
Kualitas (X_3)	0,374	2,676	Bebas Multikolinieritas

Sumber : data primer yang diolah

Karena nilai toleransi lebih dari 0,10 (*tolerance* > 0,10) dan nilai VIF kurang dari 10,00 (*VIF* < 10,00) pada setiap variabel bebas pada tabel di atas, maka dapat dikatakan bahwa pada masing-masing variabel bebas tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna menentukan apakah ada penyimpangan atau tidak dalam suatu model. dasar penentuan ini yaitu jika nilai sig. > 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai sig. < 0,05 maka terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.12

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Significant	Standar Significant	Keterangan
Persepsi Harga (X ₁)	0,140	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kemudahan (X ₂)	0,200	0,05	Terjadi heteroskedastisitas
Kualitas (X ₃)	0,162	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data primer yang diolah

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan karena masing-masing variabel bebas yakni persepsi harga, kemudahan, dan kualitas layanan memiliki nilai signifikasi yang lebih tinggi dari standar significant atau dinyatakan dengan Sig. > 0,05.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan guna memastikan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 4.13

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	153,274	494,079		0,310	0,757
	X ₁	0,143	0,051	0,131	2,828	0,005
	X ₂	0,393	0,044	0,355	8,904	0,000
	X ₃	0,391	0,039	0,463	9,999	0,000

Sumber : data primer yang diolah

$$\gamma = (153,274) + 0,143X_1 + 0,393X_2 + 0,391X_3 + \varepsilon$$

Sebagai hasil dari persamaan regresi linear berganda yang disebutkan sebelumnya persamaan dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta bernilai positif sebesar 153,274 dapat dijelaskan bahwa jika variabel X₁, X₂, dan X₃ bernilai 0, maka variabel Y akan bernilai 153,274
- Nilai koefisien regresi pada variabel X₁ bernilai positif yang menghasilkan nilai 0,143 dapat diartikan bahwa untuk setiap X₁ naik 1 satuan, maka nilai variabel Y akan bertambah sebesar 0,143 dengan anggapan variabel X₂ dan X₃ adalah nol atau tetap.
- Nilai koefisien regresi pada variabel X₂ bernilai positif sebesar 0,393 dapat dijelaskan bahwa setiap variabel X₁ mendapati adanya peningkatan 1 (satu) satuan, maka nilai variabel Y akan naik sebesar 0,393 dengan anggapan bahwa variabel independen lainnya adalah tetap ataupun nol.
- Nilai koefisien yang dimiliki oleh variabel X₃ bernilai 0,391 yang artinya untuk setiap X₃ naik satu satuan, maka nilai variabel Y akan naik sebesar 0,391 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lainnya adalah tetap.

4. Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi dihitung untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan. Tabel berikut menunjukkan koefisien determinasi:

Tabel 4.14

Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,853 ^a	0,728	0,726	1707,04134

a. Predictors: (Constant), Kualitas BI Fast, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Harga

b. Dependent variable: Kepuasan

Sumber: data primer yang diolah

Dari tabel ini, kita dapat melihat hasil koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,726, yang dapat dilihat pada nilai Adjusted R Square. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,726, kita dapat menganggap bahwa variabel X_1 , X_2 , dan X_3 memiliki 72,6% kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat, yaitu variabel Y. Variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini mewakili 27,4% dari total.

5. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk menentukan pengaruh secara parsial yang dimiliki variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 4.15
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	153,274	494,079	0,310	0,757
	X_1	0,143	0,051	0,131	0,005
	X_2	0,393	0,044	0,355	0,000
	X_3	0,391	0,039	0,463	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Perhitungan t tabel pada penelitian ini sebesar 1,966, nilai ini diperoleh dengan melihat tabel *Chi Square* yang pertama dengan menghitung *degree of freedom* (df) = $n - k = 343 - 4 = 339$. Dimana n

adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas dan variabel terikat dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%).

1) Pengaruh Persepsi Harga (X_1) terhadap Kepuasan (Y).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$, dan nilai t hitung adalah 2,828 lebih besar daripada t tabel 1,966. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima, yaitu bahwa X_1 memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y.

2) Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X_2) terhadap Kepuasan (Y).

Hasil penelitian menunjukkan pada variabel Kemudahan Penggunaan (X_2) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $8,904 > t$ tabel 1,966. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima karena terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel X_2 terhadap variabel Y.

3) Pengaruh Kualitas BI Fast (X_3) terhadap Kepuasan (Y).

Hasil penelitian menunjukkan pada variabel Kualitas BI Fast (X_3) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $9,999 > t$ tabel 1,966. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga diterima dan diartikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel X_3 terhadap variabel Y.

6. Uji F

Uji simultan dilakukan guna mengetahui besar pengaruh variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat (kepuasan bertransaksi melalui *mobile banking*).

Tabel 4.17

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2645426435	3	881808811,8	302,612	0,000 ^b
	Residual	987842651,7	339	2913990,123		
	Total	3633269087	342			

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas (X₃), Kemudahan (X₂), Persepsi Harga (X₁)

Terdapat acuan yang digunakan dalam uji f adalah jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pada penelitian ini dihasilkan F tabel sebesar 2,631 yaitu dengan melihat titik presentase distribusi F untuk probabilitas = 0,05 ((df untuk pembilang (N1) = $k-1 = 4-1 = 3$ dan df untuk penyebut (N2) = $n-k = 343-4 = 339$)) dengan signifikansi sebesar 0,05 (5%).

Hasil pengujian F (ANOVA) dengan melihat nilai F hitung sebesar $302,612 > F_{tabel} 2,631$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka model tersebut dapat menjelaskan variable Y. Dengan kata lain, secara bersamaan (simultan) variabel X₁, X₂, dan X₃ berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Y.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara persepsi harga, kemudahan penggunaan dan kualitas BI Fast terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

1. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

Berdasar pada penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda pada variabel persepsi harga menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2,828 >$ dari t tabel 1,966. Nilai tersebutlah yang dapat membuktikan bahwa

hipotesis pertama dinyatakan diterima. Hal ini memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel persepsi harga terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

Persepsi harga merupakan keadaan psikologis dari berbagai aspek yang memiliki pengaruh penting terhadap reaksi konsumen pada sebuah harga (Yosepha 2020). Dengan kata lain harga disebut pandangan setiap orang terhadap sebuah harga apakah bernilai tinggi, rendah, atau wajar. Setelah dilakukan penelitian dinyatakan bahwa banyak diantara mahasiswa FEBI yang memandang harga pada layanan *mobile banking* adalah rendah, yakni biaya sebesar Rp 2.500 sehingga menimbulkan rasa puas ketika bertransaksi. Hal ini dikarenakan biaya layanan transfer sebelumnya terbilang cukup mahal yakni jika menggunakan layanan *real time online* akan dikenakan biaya kisaran Rp 6.500 hingga Rp 7.500 tergantung ketentuan masing-masing bank, kemudian Sistem Kirling Nasional (SKN) pada layanan ini dapat digunakan untuk melakukan transfer hingga maksimal Rp 100.000.000 per hari dengan metode ini dengan jangka waktu 2-3 hari untuk uang sampai ke tujuan, kemudian Real Time Gross Settlement (RTGS) memiliki jumlah minimal transfer, yakni sebesar Rp. 100.000.000 sehingga lebih cocok untuk pengguna yang ingin mengirim uang dalam jumlah besar. Biaya pada layanan ini cukup besar dibandingkan dengan lainnya, yakni Rp. 25.000 hingga Rp. 30.000.

Sehingga dengan adanya biaya layanan transfer sebesar Rp 2.500 dirasa sangat menguntungkan karena bisa digunakan dengan jumlah minimal transfer Rp 10.000 - Rp 250.000.000 pada setiap transaksi. Disamping itu pengguna juga merasa lebih aman untuk bertransaksi melalui BRI Mobile selain cepat dan tanpa ada batasan waktu yakni bisa dilakukan di waktu kapan saja, dengan biaya yang digolongkan dalam kategori terjangkau.

Kemudian diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh I Made Adi Juniantara dan Tjokorda Gde Raka Sukawati (2018) yang memberi kesimpulan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa persepsi harga mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

2. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

Berdasar pada penelitian yang telah dilakukan dengan digunakannya teknik analisis regresi linear berganda pada variabel kemudahan penggunaan menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $8,904 > t$ tabel $1,966$. Nilai inilah yang acuan bahwa hipotesis kedua dinyatakan diterima. Hal ini memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel kemudahan penggunaan terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile. Dengan demikian, dapat artikan bahwa semakin mudah sebuah aplikasi untuk digunakan maka pengguna akan merasa puas.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jelita Handayani Rambe (2022) dengan memberikan kesimpulan bahwa kemudahan menunjukkan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan saat menggunakan BRI Mobile.

Kemudahan penggunaan merupakan rasa percaya seseorang bahwa menggunakan suatu sistem teknologi informasi tidaklah rumit atau membutuhkan banyak usaha pada saat digunakan (Widjana 2010). Jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi mudah untuk digunakan maka ia akan cenderung menggunakannya. Dalam hal ini, kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan terus menggunakan *mobile banking* akan bebas dari sebuah usaha. Ketika suatu sistem cenderung lebih mudah digunakan maka individu akan lebih bersedia untuk belajar mengenai fitur fitur yang ada dan akhirnya berniat untuk terus menggunakannya. Pada penelitian ini penggunaan *mobile banking* dirasa mudah bagi mahasiswa FEBI seperti cara pengoperasian dan penggunaan layanan sehingga memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan, dalam hal ini banyak diantara pengguna yang merasa bahwa

bertransaksi melalui BRI Mobile dapat mengefisiensi waktu dan lebih fleksibel yakni dapat digunakan kapan saja dan dimana saja.

3. Pengaruh kualitas BI Fast terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

Berdasar pada penelitian yang telah dilakukan dengan digunakannya teknik analisis regresi linear berganda pada variabel kualitas layanan menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $9,999 > t$ tabel $1,966$. Nilai inilah yang acuan bahwa hipotesis ketiga dinyatakan diterima. Hal ini memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile. Dengan demikian, dapat artikan bahwa semakin baik kualitas yang diberikan oleh layanan BI Fast maka kepuasan pengguna akan meningkat.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yudhistira Yusuf Wardhana (2012) juga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan menggunakan *mobile banking*

Kualitas layanan merujuk pada harapan konsumen berdasarkan pengalaman dan reputasi suatu perusahaan. Kualitas layanan berfungsi sebagai tolok ukur untuk interpretasi kualitas layanan yang menunjukkan apakah kinerja pelayanan aktual telah sesuai atau gagal memenuhi harapan pelanggan (Setiawan 2016). Layanan BI Fast memiliki keunggulan seperti, *realtime* (24/7), Lengkap karena terdapat berbagai instrumen dan kanal pembayaran, dilengkapi dengan fitur *fraud detection* dan AML/CFT sehingga lebih aman untuk digunakan dan efisien. Selain itu mahasiswa FEBI juga menyatakan bahwa setelah menggunakan layanan BI Fast mereka langsung menerima bukti transaksi yang telah dilakukan sehingga menimbulkan kepercayaan terhadap layanan BI Fast. Hal ini selaras dengan dimensi pengukuran kualitas layanan, dengan kata lain dari berbagai kualitas layanan yang diberikan oleh BI Fast menimbulkan kepuasan mahasiswa FEBI dalam bertransaksi melalui BRI Mobile.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasar pada hasil penelitian serta analisis dengan melakukan pengujian hipotesis melalui analisis regresi linear berganda maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile, yang berarti semakin baik persepsi mahasiswa FEBI terhadap biaya layanan pada BRI Mobile maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan dalam pengguna.
2. Variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile, yang bisa disimpulkan bahwa semakin mudah sebuah aplikasi untuk digunakan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna.
3. Variabel kualitas BI Fast berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile. kualitas juga menjadi aspek yang menentukan sebuah kepuasan, ketika semakin baik kualitas yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan.
4. Variabel persepsi harga, kemudahan penggunaan dan kualitas BI Fast berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan bertransaksi melalui BRI Mobile.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, penulis ingin menyampaikan saran-saran kepada pihak yang terkait dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran tersebut antara lain:

1. Bagi pihak akademik, diharapkan agar dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang sama terkait dunia perbankan kepada semua program studi di Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam, karena perbankan juga mempunyai peranan yang kuat dalam pemberdayaan ekonomi. Sehingga

dapat menciptakan lulusan yang mempunyai wawasan luas tentang ekonomi.

2. Bagi mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam agar lebih mempelajari tentang dunia perbankan salah satunya adalah *mobile banking* guna meningkatkan pengetahuan serta dapat mempermudah dalam kegiatan yang berkaitan dengan uang elektronik
3. Bagi peneliti selanjutnya

Pada penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof., K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, maka diharapkan agar pada penelitian selanjutnya dapat memperluas jangkauan penelitian baik penambahan variabel penelitian maupun objek penelitian, sehingga tidak hanya berfokus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam saja.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Jalil, N. I. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 88-90.
- Daga Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consultinginstitute
- Darwanto. 2018. Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, VOL: 5/NO: 02
- Devi L Putu, Sara dan Purnami Sri. 2022, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking di Universitas Warmadewa, *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)* 5 (1) 2022, 14-18
- Davis, F. D., (1989), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 13/3: 319-339
- Dewi, N. L. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan EBanking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1*, Vol. 7. No.1.
- Fakhrudin Arif. 2022. Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah Penerbangan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dirgantara Vol 15, No. 1, Juli 2022*.
- Fathusyaadah, Ratnasari. 2019. Pengaruh Stres Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di KoperasiKarya Usaha Mandiri Syariah Cabang Sukabumi. *Jurnal Ekonomak Vol. V No. 2*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.SPSS Statistic 25). Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ginting, Silitonga. 2019. Pengaruh Pendanaan Dari Luar Perusahaan Dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN*
- Hendarsyah Decky, Miftahuddin Analisis. 2019, Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Kcp. Bengkalis Dengan Bank

- Mandiri Kc. Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* Vol.8, No.1: 16-32
- Heri Setiawan. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, Vol.20, No.3
- Iriani. 2018. Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Journal of Islamic Management and Bussines*
- Izzudin Ahmad, dkk. 2022. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo Volume IX Nomor 1*
- Juniantra, Sukawati. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 11
- Kamini Singh And A.P. Singh. 2012. Mobile banking: Effect of innovative technology on users. *International Journal of Commerce and Business Management*. Volume 5 | Issue 2 | October, 2012 | 245-253
- Khanan, et,.al. 2019. Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Jurnal Opsi* Vol 12 No.1
- Khonsa Al Nabila. 2020. Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Yang Berhubungan Dengan Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Milenial (Studi Kasus Mahasiswa Febi Iain Purwokerto)
- Laras M Retu. Rimenda Tetty. 2022. Analisis Pengaruh Price Perception Layanan Bi Fast Terhadap Price Acceptance Melalui Customer Satisfaction Aplikasi Livin' By Mandiri. *Prosiding SNAM PNJ (2022)*.
- Latifah. 2018. Analisis pengaruh kompetensi dan kemampuan personal terhadap kinerja. *FORUM EKONOMI* ISSN Print: 1411-1713 ISSN Online: 2528-150X
- Lelet H Feydi. 2014, Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Cabang Boulevard Manado, *Jurnal EMBA* Vol.2 No.1 Maret 2014, Hal. 550-560
- Lijan Poltak Sinambela. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Nasution, D. S., et al. (2019). *Ekonomi Digital*. Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram
- Noersanti. 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*
- Permata Sari. 2020. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Pegawai Menggunakan Mobile Banking*
- Ramaditya. 2020. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)*
- Rumerung, dua. 2022. Kajian Efisiensi Dan Efektivitas Kerja Karyawan Bidang Administrasi Pada PT.Manado Media Grafika.*Jurnal MABP Volume 4 No.1*
- Sahir Hafni. 2021. *Metodologi penelitian*. Jojakarta : Penerbit KBM Indonesia
- Setiawan Heri. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.20, No.3 September 2016, hlm. 518–528.
- Setiawan Tomi dan Raharjo Mukti. Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak di Greenville. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis volume 2, nomor 1, maret 2016*.
- Sientra. 2020. Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5, Nomor 3*.
- Siti Ulfiani. 2023. *PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP EFEKTIVITAS SISTEM LAYANAN PENGGUNA MOBILE BANKING (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)*
- Slamet, wahyuningsih. 2019. Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*
- Sinaga Dameria. 2014. *Buku Ajar Statistik*. Jakarta timur: uki press.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulmi K A Alif, Awaluddin Murtiadi, Gani Ilham, Muslimin. 2021. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat

Menggunakan Layanan Mobile Banking. *IBEF Journal* Vol. 1 No. 2, Juni 2021 e-ISSN: 2798-3900.

Suri Amilia, 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.1

Virvilaite Regina, Saladiene Violeta, Skindaras Dalius. 2009. The Relationship between Price and Loyalty in Services Industry. ISSN 1392 – 2785 *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics* (3). 2009 commerce of engineering decisions

Wicaksono. 2022. *Teori Dasar Teknologi Acceptance Model*. Malang: seribu bintang

Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Jawa Timur: Klik Media.

Widjaja. 2010. Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bumi Aksara

Wijayanti Ratna, Rizal Noviansyah, bahtiar Riza. 2021, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang jawa timur : widyagama press.

Yosepha. 2020. Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*.

Zahara Nely. 2018. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Pemanfaatan Mobile Banking Pada Bank Syariah Di Yogyakarta



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

PENGARUH PRESEPSI HARGA, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS BI FAST TERHADAP KEPUASAN BERTANSAKSI MELALUI BRI MOBILE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof., K.H., Saifuddin Zuhri Purokerto)

Petunjuk pengisian kuesioner

1. Berilah tanda checklist (✓) pada kolom jawaban Saudara/I yang dianggap paling sesuai dengan pendapat anda. Pendapat anda dinyatakan dalam skala 1 s/d 5 yang memiliki makna:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Netral (N)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan jawaban
3. Mohon memberikan jawaban yang sesungguhnya karena tindakan anda akan berpengaruh terhadap pekerjaan anda
4. Setelah mengisi kuisisioner dimohon kepada Saudara/I untuk memberikan lembar kuisisioner kepada yang menyerahkan kuisisioner
5. Terimakasih atas waktu dan partisipasi anda

Bagian 1: IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki laki ☐ Perempuan
4. Program studi : ☐ PSY ☐ ESY ☐ MZW

Bagian 2: INDIKATOR PERTANYAAN PENELITIAN

1. Presepsi harga (X_1)

No	Indikator Variabel	SS	S	N	TS	STS
1.	Pada mobile banking terdapat pilihan layanan transfer (<i>Realtime online</i> , SKN. RTGS dan BI Fast) itu sangat menguntungkan bagi saya karena dapat memilih biaya yang lebih terjangkau					
2.	Saya yakin biaya yang harus dibayarkan ketika bertransaksi melalui BRI Mobile sesuai dengan kualitas yang diberikan					
3.	Biaya transfer pada BRI Mobile sebesar Rp. 2.500 pada setiap transaksi lebih cepat dan ekonomis sehingga mampu bersaing dengan layanan transfer yang lain					
4.	Saya yakin biaya yang harus dibayarkan ketika bertransaksi melalui BRI Mobile sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan					

2. Kemudahan penggunaan (X_2)

No	Indikator Variabel	SS	S	N	TS	STS
1.	Menggunakan BRI Mobile dapat mengefisiensi waktu saya karena tidak harus pergi ke bank					
2.	Saya bisa melakukan transaksi melalui BRI Mobile					
3.	Saya tidak mengalami kesulitan ketika menggunakan BRI Mobile					
4.	Menggunakan BRI Mobile sangat fleksibel karena dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja					

3. Kualitas BI Fast (X_3)

No	Indikator Variabel	SS	S	N	TS	STS
1.	Bank Indonesia menyediakan layanan BI Fast pada BRI Mobile dengan biaya yang lebih murah dari sebelumnya yakni tertera jelas pada layanan transfer sebesar Rp. 2.500					
2.	Saya tidak harus menunggu lama untuk uang yang saya transferkan melalui BRI Mobile sampai ke tujuan					
3.	Saya merasa transfer menggunakan layanan BI Fast pada BRI Mobile karena lebih aman					
4.	Saya lebih tertarik melakukan transfer antar bank menggunakan BI Fast pada BRI Mobile dari pada layanan yang lain					
5.	Saya langsung menerima bukti fisik setelah menggunakan BI Fast					

4. Kepuasan bertransaksi melalui *mobile banking* (Y)

No	Indikator Variabel	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa bahwa menggunakan BRI Mobile untuk bertransaksi adalah keputusan yang tepat					
2.	Pengalaman saya saat menggunakan BRI Mobile telah memberikan kepuasan					

3.	saya akan menggunakan layanan yang saya butuhkan menggunakan BRI Mobile dari pada menggunakan alternatif lainnya					
4.	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh BRI Mobile					

Lampiran 2. Tabulasi Data

NO	PERSEPSI HARGA (X1)				TOTAL X1	KEMUDAHAN (X2)				TOTAL X2
	1	2	3	4		1	2	3	4	
1	3	4	4	4	15	5	2	4	5	16
2	5	4	3	5	17	5	5	5	5	20
3	4	2	2	3	11	5	5	4	4	18
4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
6	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
7	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
8	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
9	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
10	4	4	3	4	15	5	4	4	5	18
11	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
13	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
15	3	4	3	5	15	5	4	3	5	17
16	3	3	2	3	11	4	4	4	4	16
17	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
18	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
19	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15
20	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
21	2	3	3	3	11	4	4	3	5	16
22	4	4	3	3	14	5	4	3	5	17
23	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19
24	3	4	3	4	14	5	5	4	5	19

25	5	5	3	5	18	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
27	4	5	4	5	18	5	5	3	5	18
28	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19
29	5	4	3	4	16	5	5	5	5	20
30	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
31	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18
32	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4
33	3	4	2	3	12	5	5	5	5	20
34	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
35	3	4	4	4	15	5	5	4	5	19
36	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
37	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16
38	3	3	4	3	13	4	4	3	3	14
39	4	4	3	3	14	5	4	4	5	18
40	4	4	3	4	15	5	5	5	5	20
41	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
42	5	5	3	4	17	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
44	3	4	3	4	14	5	5	5	5	20
45	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
46	4	4	3	3	14	5	5	4	5	19
47	5	5	3	5	18	5	5	4	5	19
48	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20
49	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
50	4	3	3	4	14	5	5	4	5	19
51	5	5	1	4	15	5	5	2	5	17
52	4	4	2	3	13	5	5	4	3	17
53	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
55	4	4	2	3	13	5	5	3	5	18
56	4	5	3	5	17	5	5	2	5	17
57	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
58	3	4	5	5	17	5	5	5	5	20
59	2	3	3	2	10	1	1	3	2	7
60	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18
61	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
62	5	4	3	3	15	5	5	3	4	17
63	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

64	3	3	2	3	11	4	4	4	4	16
65	5	4	4	5	18	5	5	4	5	19
66	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
67	4	4	3	4	15	5	5	5	5	20
68	3	3	2	5	13	5	5	3	5	18
69	5	5	4	4	18	5	4	4	5	18
70	4	4	4	4	16	5	5	2	5	17
71	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
72	4	4	3	4	15	5	5	5	5	20
73	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
74	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
75	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
76	5	2	5	4	16	5	5	5	5	20
77	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19
78	3	5	3	4	15	5	5	5	4	19
79	3	2	1	1	7	1	1	1	1	4
80	5	4	3	4	16	5	4	4	4	17
81	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
82	3	4	4	3	14	3	4	3	3	13
83	5	3	5	5	18	5	5	5	5	20
84	4	3	4	4	15	5	5	5	5	20
85	4	4	3	5	16	5	5	5	5	20
86	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
87	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
88	4	4	3	4	15	5	5	4	5	19
89	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
90	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
91	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16
92	5	5	3	5	18	5	4	3	5	17
93	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
94	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
95	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
97	4	4	3	3	14	5	4	3	4	16
98	3	3	3	3	12	4	2	4	3	13
99	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
100	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
101	3	5	3	4	15	5	5	5	5	20
102	4	3	4	4	15	5	4	4	5	18

103	3	4	4	4	15	4	5	5	5	19
104	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19
105	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
106	5	3	4	4	16	5	5	5	5	20
107	3	4	4	4	15	5	5	3	5	18
108	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
109	3	4	5	5	17	5	5	5	5	20
110	5	4	4	3	16	5	5	5	5	20
111	4	4	2	3	13	5	5	3	5	18
112	4	3	3	4	14	5	4	3	4	16
113	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
114	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
115	4	3	5	4	16	5	5	5	5	20
116	4	4	2	5	15	4	4	4	4	16
117	5	5	5	5	20	4	4	3	4	15
118	5	3	2	3	13	5	5	3	5	18
119	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
120	4	3	4	3	14	5	5	3	5	18
121	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18
122	3	4	3	4	14	5	4	4	5	18
123	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
124	5	4	3	3	15	5	5	5	5	20
125	2	4	2	4	12	5	5	5	5	20
126	4	2	3	3	12	5	5	3	5	18
127	5	3	3	5	16	5	5	4	5	19
128	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
129	5	5	3	5	18	5	5	3	4	17
130	4	4	4	3	15	5	5	4	4	18
131	4	3	3	3	13	3	3	2	3	11
132	5	4	4	4	17	5	5	4	5	19
133	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15
134	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18
135	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
136	4	4	3	3	14	5	5	4	5	19
137	5	5	3	5	18	5	5	5	5	20
138	5	3	4	4	16	5	5	5	5	20
139	5	5	3	5	18	5	5	5	5	20
140	4	5	3	5	17	4	5	3	4	16
141	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20

142	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
143	4	4	3	4	15	5	4	3	4	16
144	3	4	3	4	14	5	4	4	4	17
145	2	3	3	4	12	5	5	4	4	18
146	3	4	3	4	14	5	5	3	4	17
147	3	4	3	4	14	5	5	3	5	18
148	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
149	3	3	2	3	11	4	4	4	4	16
150	4	4	3	4	15	5	4	4	5	18
151	4	4	3	2	13	2	4	4	4	14
152	3	4	1	3	11	1	5	4	3	13
153	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
154	1	5	5	5	16	5	5	5	5	20
155	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
156	4	5	3	5	17	5	5	3	4	17
157	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
158	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
159	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
160	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
161	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
162	3	5	4	3	15	5	5	3	5	18
163	5	5	4	4	18	5	5	2	5	17
164	2	3	3	3	11	4	4	4	4	16
165	4	4	1	3	12	4	4	3	4	15
166	3	2	2	2	9	2	5	1	3	11
167	3	3	1	3	10	3	2	3	3	11
168	5	5	2	3	15	5	5	2	2	14
169	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12
170	1	1	1	3	6	1	1	1	1	4
171	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16
172	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16
173	1	2	3	4	10	5	4	3	2	14
174	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
175	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
176	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13
177	4	4	3	4	15	4	5	4	4	17
178	3	3	4	4	14	5	4	4	4	17
179	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
180	3	3	5	3	14	3	1	5	5	14

181	3	3	2	5	13	3	3	3	3	12
182	2	4	3	3	12	4	4	3	4	15
183	3	4	3	3	13	5	3	5	4	17
184	3	3	3	3	12	3	3	5	5	16
185	1	1	1	5	8	2	4	2	3	11
186	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
187	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
188	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
189	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
190	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
191	4	3	3	4	14	5	3	3	5	16
192	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
193	5	5	3	3	16	5	5	5	5	20
194	5	2	2	3	12	1	2	2	2	7
195	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
196	3	4	3	2	12	5	4	4	4	17
197	3	4	3	3	13	4	5	4	5	18
198	4	4	1	3	12	4	4	4	4	16
199	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19
200	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
201	4	3	4	5	16	5	5	4	5	19
202	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19
203	3	4	5	5	17	5	5	5	5	20
204	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
205	5	4	1	4	14	5	5	5	5	20
206	5	5	4	4	18	5	4	4	5	18
207	5	5	2	3	15	5	5	5	5	20
208	5	4	4	5	18	5	5	4	5	19
209	5	3	4	5	17	5	5	5	5	20
210	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16
211	4	2	1	2	9	5	5	5	5	20
212	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
213	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15
214	5	4	4	3	16	4	5	3	4	16
215	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
216	3	3	3	3	12	2	3	3	2	10
217	4	3	4	3	14	4	4	4	5	17
218	5	3	5	3	16	5	5	5	5	20
219	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20

220	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
221	4	4	2	3	13	5	5	4	5	19
222	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
223	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
224	4	5	5	5	19	4	4	5	5	18
225	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
226	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
227	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20
228	2	3	2	1	8	5	4	5	5	19
229	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
230	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
231	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
232	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
233	4	4	4	4	16	4	4	2	4	14
234	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15
235	4	4	2	3	13	5	4	2	5	16
236	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
237	3	4	3	4	14	5	5	5	5	20
238	4	4	3	4	15	3	3	3	3	12
239	5	4	4	4	17	5	5	4	5	19
240	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
241	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
242	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18
243	4	4	3	3	14	5	5	5	5	20
244	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
245	5	4	4	5	18	5	5	4	5	19
246	4	3	3	4	14	5	3	3	5	16
247	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16
248	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
249	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
250	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
251	4	4	4	4	16	5	5	3	4	17
252	5	5	1	2	13	5	5	2	3	15
253	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
254	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16
255	5	5	2	1	13	2	4	3	5	14
256	2	2	3	2	9	1	1	1	1	4
257	4	3	5	5	17	5	5	4	5	19
258	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

259	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
260	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12
261	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
262	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
263	4	3	2	4	13	5	4	4	5	18
264	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
265	4	4	4	3	15	4	5	5	5	19
266	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
267	5	5	3	4	17	5	5	5	5	20
268	3	4	3	4	14	5	4	3	5	17
269	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
270	5	5	2	3	15	5	5	5	5	20
271	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
272	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
273	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
274	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
275	4	3	2	3	12	5	4	4	4	17
276	2	3	1	1	7	5	4	3	4	16
277	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
278	3	3	4	3	13	3	4	3	2	12
279	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
280	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19
281	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
282	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
283	5	4	3	4	16	5	5	4	4	18
284	5	4	3	4	16	5	5	5	5	20
285	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
286	5	4	5	4	18	5	4	2	5	16
287	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19
288	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
289	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
290	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
291	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
292	4	4	3	3	14	3	3	4	4	14
293	3	3	4	4	14	4	3	3	4	14
294	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
295	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
296	5	4	3	3	15	5	4	3	4	16
297	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16

298	5	5	5	4	19	5	5	3	5	18
299	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18
300	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
301	4	3	3	4	14	5	4	4	5	18
302	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
303	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
304	3	2	3	4	12	2	2	2	2	8
305	1	2	3	3	9	2	2	4	3	11
306	5	4	3	3	15	5	5	4	5	19
307	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
308	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
309	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
310	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
311	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
312	3	5	2	4	14	5	5	5	5	20
313	3	3	2	3	11	4	4	3	4	15
314	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
315	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
316	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
317	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19
318	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
319	4	3	3	4	14	5	5	3	5	18
320	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
321	5	5	3	4	17	5	5	5	5	20
322	4	4	4	3	15	4	4	3	5	16
323	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
324	4	5	3	5	17	4	4	2	2	12
325	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
326	4	4	1	4	13	4	4	4	4	16
327	3	4	3	3	13	4	5	4	5	18
328	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
329	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
330	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
331	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
332	3	4	2	3	12	5	5	5	5	20
333	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
334	4	3	5	4	16	5	5	4	5	19
335	4	3	5	4	16	5	5	5	5	20
336	3	4	5	4	16	5	5	5	5	20

337	3	4	5	4	16	5	3	5	5	18
338	4	3	2	3	12	5	5	5	5	20
339	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
340	4	4	3	5	16	5	5	4	5	19
341	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
342	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
343	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20

NO	KUALITAS (X3)					TOTAL X3	KEPUASAN (Y)				TOTAL Y
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	
1	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15
3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
5	4	5	5	5	5	24	5	4	4	5	18
6	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
7	4	5	5	5	4	23	5	5	4	4	18
8	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
9	4	5	4	5	3	21	5	5	5	5	20
10	4	5	5	4	5	23	4	4	4	4	16
11	4	4	4	5	4	21	5	4	5	4	18
12	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
13	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
15	4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	15
16	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	14
17	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20
18	4	4	5	4	5	22	4	4	4	3	15
19	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	12
20	5	5	5	4	5	24	4	5	3	5	17
21	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	15
22	3	4	4	3	4	18	4	4	3	4	15
23	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20
25	4	5	4	5	4	22	5	5	5	5	20
26	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	17
27	5	5	5	5	5	25	3	4	5	5	17
28	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	19

29	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	16
30	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
31	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
32	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4
33	3	4	3	3	3	16	3	4	3	4	14
34	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
35	4	4	3	5	4	20	5	4	4	4	17
36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
37	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	13
38	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	13
39	4	4	4	3	4	19	3	4	3	4	14
40	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	16
41	5	5	5	5	2	22	5	5	5	5	20
42	4	5	5	5	3	22	4	4	4	4	16
43	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	20
44	3	5	4	3	3	18	4	4	4	4	16
45	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
46	4	4	5	3	4	20	5	5	5	5	20
47	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	18
49	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
50	3	4	4	4	5	20	4	4	4	4	16
51	4	5	5	3	5	22	5	5	5	4	19
52	4	4	3	4	5	20	5	5	3	5	18
53	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
55	4	5	4	4	3	20	4	5	5	5	19
56	3	4	4	5	4	20	4	4	5	4	17
57	3	3	3	3	3	15	5	4	3	4	16
58	4	4	3	5	5	21	4	5	5	5	19
59	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8
60	4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	19
61	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
62	5	5	4	4	3	21	4	4	4	4	16
63	4	5	4	5	5	23	5	4	4	4	17
64	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
65	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	16
66	3	4	4	4	4	19	5	4	4	4	17
67	4	5	4	5	4	22	4	5	4	4	17

68	3	3	2	3	3	14	4	3	3	3	13
69	5	5	4	4	5	23	5	4	4	5	18
70	4	4	4	3	4	19	5	4	3	4	16
71	4	4	4	3	4	19	5	5	5	4	19
72	3	5	4	4	5	21	5	5	4	5	19
73	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
74	5	5	5	3	4	22	4	5	5	5	19
75	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
76	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	20
77	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	19
78	4	3	5	5	5	22	5	5	5	4	19
79	1	1	1	3	1	7	3	3	3	2	11
80	3	4	4	4	5	20	4	4	4	4	16
81	5	5	5	3	5	23	5	5	4	5	19
82	3	4	4	4	4	19	3	4	3	3	13
83	3	3	5	5	5	21	5	5	5	5	20
84	4	5	5	3	5	22	5	5	4	4	18
85	3	4	3	4	5	19	5	4	5	5	19
86	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
87	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
88	4	4	4	3	4	19	5	4	4	4	17
89	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
91	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	19
92	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
93	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
94	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	20
95	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
96	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
97	3	3	2	2	3	13	4	3	3	3	13
98	4	3	3	3	4	17	3	3	3	4	13
99	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
100	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
101	3	2	4	2	4	15	5	5	4	5	19
102	5	5	3	5	5	23	3	4	3	3	13
103	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
104	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
105	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
106	4	5	5	4	5	23	5	4	4	5	18

107	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	14
108	4	4	4	3	5	20	3	4	4	4	15
109	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20
110	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17
111	4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	16
112	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	13
113	5	4	4	4	5	22	4	5	5	5	19
114	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
115	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
116	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
117	5	4	5	4	3	21	4	4	4	4	16
118	3	4	4	4	4	19	5	4	4	5	18
119	4	4	4	3	4	19	3	4	3	4	14
120	5	4	3	3	5	20	5	4	4	3	16
121	4	5	4	5	5	23	4	4	4	4	16
122	3	5	4	3	3	18	4	4	5	4	17
123	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
124	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	13
125	2	3	3	3	3	14	4	4	4	4	16
126	2	3	3	3	4	15	5	3	3	3	14
127	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	20
128	4	5	5	4	5	23	5	5	4	5	19
129	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	17
130	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
131	1	3	3	2	3	12	3	3	3	3	12
132	3	3	3	3	3	15	5	4	4	4	17
133	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	16
134	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	18
135	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20
136	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16
137	3	5	3	4	5	20	5	5	4	5	19
138	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17
139	5	5	4	4	5	23	4	5	5	5	19
140	4	5	3	4	5	21	4	5	3	4	16
141	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
142	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
143	3	5	3	3	4	18	3	3	4	3	13
144	4	4	4	3	4	19	3	1	4	1	9
145	3	3	3	2	3	14	4	5	5	5	19

146	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16
147	3	3	3	4	4	17	5	5	5	5	20
148	3	4	3	3	3	16	3	4	4	3	14
149	3	4	3	2	3	15	3	3	4	3	13
150	4	4	4	3	4	19	4	3	3	4	14
151	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
152	1	3	4	1	5	14	1	5	5	5	16
153	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
154	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
155	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
156	4	4	5	3	4	20	4	4	3	4	15
157	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
158	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
159	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
160	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	11
161	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
162	3	3	4	4	5	19	5	5	5	3	18
163	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	20
164	3	3	3	4	4	17	3	4	4	4	15
165	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	12
166	3	2	3	3	1	12	3	2	3	3	11
167	2	3	3	3	3	14	3	3	3	5	14
168	5	5	5	1	3	19	3	3	5	5	16
169	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16
170	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4
171	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
172	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
173	1	2	3	4	5	15	5	4	3	2	14
174	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
175	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
176	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	12
177	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
178	3	4	5	4	5	21	3	3	5	4	15
179	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
180	3	3	3	3	3	15	3	3	3	1	10
181	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
182	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
183	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16
184	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	14

185	2	3	5	5	5	20	1	2	3	4	10
186	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
187	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
188	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17
189	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16
190	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
191	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
192	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
193	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	18
194	3	2	2	2	2	11	2	3	3	1	9
195	3	5	3	5	3	19	5	4	5	5	19
196	3	3	4	3	4	17	5	4	4	4	17
197	3	3	4	5	5	20	4	4	4	4	16
198	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
199	4	5	5	4	5	23	4	4	5	4	17
200	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17
201	4	4	4	3	5	20	4	4	4	4	16
202	4	5	4	4	5	22	4	4	5	4	17
203	3	3	3	3	5	17	3	3	3	3	12
204	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
205	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
206	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17
207	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
208	4	5	4	5	4	22	5	5	5	5	20
209	4	4	4	4	3	19	5	5	5	5	20
210	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
211	4	4	5	5	5	23	5	5	5	4	19
212	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	19
213	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	16
214	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	16
215	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	16
216	3	3	2	3	3	14	2	3	2	2	9
217	3	4	3	4	4	18	3	4	4	4	15
218	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	12
219	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
220	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
221	3	4	5	3	4	19	4	4	4	4	16
222	4	4	5	3	4	20	5	4	4	4	17
223	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	16

224	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	18
225	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
226	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
227	5	5	5	1	5	21	4	5	4	3	16
228	3	5	5	5	4	22	4	4	4	4	16
229	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20
230	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
231	3	4	3	4	4	18	5	4	4	5	18
232	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
233	2	4	4	2	4	16	4	4	4	4	16
234	4	3	3	4	3	17	3	4	3	4	14
235	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
236	4	3	4	5	4	20	4	4	4	3	15
237	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
238	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
239	2	4	3	5	4	18	3	5	5	4	17
240	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
241	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
242	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	16
243	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16
244	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
245	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	19
246	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
247	3	4	3	3	4	17	4	3	4	4	15
248	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	16
249	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
250	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
251	3	4	5	4	4	20	4	4	5	5	18
252	4	3	3	3	3	16	2	2	2	2	8
253	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
254	4	4	4	3	4	19	3	3	3	4	13
255	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
256	2	1	2	2	1	8	2	2	2	1	7
257	4	4	4	4	5	21	5	4	5	4	18
258	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	16
259	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	18
260	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
261	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
262	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20

263	3	4	3	3	3	16	3	3	4	4	14
264	4	5	4	4	4	21	5	5	4	5	19
265	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
266	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	19
267	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
268	3	4	3	4	4	18	5	4	4	4	17
269	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
270	3	4	5	3	5	20	5	5	5	5	20
271	4	4	4	4	5	21	4	4	5	4	17
272	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	20
273	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	20
274	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
275	3	3	3	4	3	16	4	4	4	3	15
276	3	2	3	4	4	16	3	4	4	4	15
277	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	17
278	3	4	3	4	3	17	1	4	4	4	13
279	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
280	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17
281	4	5	5	5	5	24	5	4	5	4	18
282	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
283	4	4	5	4	5	22	4	5	5	4	18
284	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	20
285	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
286	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	16
287	4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	19
288	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
289	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
290	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
291	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
292	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
293	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	14
294	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
295	5	5	5	4	5	24	4	5	4	5	18
296	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
297	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	12
298	5	5	3	4	5	22	5	4	3	4	16
299	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	16
300	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
301	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	16

302	5	2	3	5	3	18	5	4	4	5	18
303	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	20
304	3	2	2	2	2	11	2	2	2	2	8
305	3	3	3	3	3	15	4	4	3	4	15
306	3	4	3	3	4	17	4	4	4	5	17
307	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
308	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
309	3	5	5	4	5	22	4	4	4	5	17
310	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19
311	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
312	5	5	5	1	5	21	5	5	5	5	20
313	3	4	4	4	4	19	3	3	3	3	12
314	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
315	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
316	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
317	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16
318	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
319	3	5	5	3	5	21	3	4	3	5	15
320	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
321	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
322	4	3	3	5	5	20	4	4	4	4	16
323	5	5	1	5	5	21	5	5	5	5	20
324	4	4	5	4	4	21	3	4	3	4	14
325	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
326	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16
327	3	4	4	3	3	17	5	3	3	4	15
328	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	20
329	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
330	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	19
331	3	4	4	3	4	18	3	3	4	4	14
332	3	4	3	3	4	17	3	3	3	3	12
333	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
334	3	4	4	3	4	18	5	4	5	4	18
335	2	4	4	1	4	15	4	3	4	4	15
336	4	4	4	3	3	18	5	5	5	5	20
337	3	4	4	2	4	17	4	4	4	4	16
338	5	5	3	4	5	22	5	4	4	4	17
339	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
340	5	5	5	4	4	23	4	3	4	5	16

341	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	18
342	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
343	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17

Lampiran 3. Perhitungan MSI

NO	PERSEPSI HARGA (X1)				TOTAL X1	KEMUDAHAN (X2)				TOTAL X2
	1	2	3	4		1	2	3	4	
1	2.380	3.612	3.384	3.496	12.872	3.957	1.524	3.333	4.238	13.052
2	4.458	3.612	2.507	4.693	15.270	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
3	3.290	1.718	1.743	2.459	9.210	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
4	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
5	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
6	4.458	3.612	3.384	3.496	14.950	3.957	2.779	3.333	2.918	12.986
7	4.458	3.612	4.466	3.496	16.032	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
8	4.458	4.875	4.466	3.496	17.294	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
9	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
10	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
11	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
12	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
13	3.290	3.612	3.384	4.693	14.980	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
14	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
15	2.380	3.612	2.507	4.693	13.192	3.957	2.779	2.467	4.238	13.441
16	2.380	2.556	1.743	2.459	9.137	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
17	4.458	3.612	4.466	4.693	17.229	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
18	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
19	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	2.622	2.779	2.467	2.918	10.784
20	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
21	1.586	2.556	2.507	2.459	9.108	2.622	2.779	2.467	4.238	12.105
22	3.290	3.612	2.507	2.459	11.868	3.957	2.779	2.467	4.238	13.441
23	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
24	2.380	3.612	2.507	3.496	11.995	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
25	4.458	4.875	2.507	4.693	16.532	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
26	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
27	3.290	4.875	3.384	4.693	16.242	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
28	3.290	4.875	4.466	4.693	17.324	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
29	4.458	3.612	2.507	3.496	14.073	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
30	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
31	4.458	4.875	4.466	3.496	17.294	2.622	2.779	4.502	4.238	14.140

32	1.000	1.000	1.000	1.000	4.000	1.000	1.000	1.000	1.000	4.000
33	2.380	3.612	1.743	2.459	10.193	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
34	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
35	2.380	3.612	3.384	3.496	12.872	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
36	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
37	2.380	2.556	3.384	2.459	10.778	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
38	2.380	2.556	3.384	2.459	10.778	2.622	2.779	2.467	2.148	10.015
39	3.290	3.612	2.507	2.459	11.868	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
40	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
41	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
42	4.458	4.875	2.507	3.496	15.335	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
43	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	4.502	4.238	14.140
44	2.380	3.612	2.507	3.496	11.995	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
45	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
46	3.290	3.612	2.507	2.459	11.868	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
47	4.458	4.875	2.507	4.693	16.532	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
48	2.380	4.875	4.466	4.693	16.413	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
49	4.458	3.612	4.466	4.693	17.229	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
50	3.290	2.556	2.507	3.496	11.850	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
51	4.458	4.875	1.000	3.496	13.829	3.957	4.121	1.699	4.238	14.017
52	3.290	3.612	1.743	2.459	11.104	3.957	4.121	3.333	2.148	13.560
53	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
54	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
55	3.290	3.612	1.743	2.459	11.104	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
56	3.290	4.875	2.507	4.693	15.365	3.957	4.121	1.699	4.238	14.017
57	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
58	2.380	3.612	4.466	4.693	15.151	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
59	1.586	2.556	2.507	1.560	8.210	1.000	1.000	2.467	1.607	6.074
60	4.458	4.875	3.384	3.496	16.212	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
61	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
62	4.458	3.612	2.507	2.459	13.035	3.957	4.121	2.467	2.918	13.463
63	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
64	2.380	2.556	1.743	2.459	9.137	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
65	4.458	3.612	3.384	4.693	16.147	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
66	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
67	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
68	2.380	2.556	1.743	4.693	11.372	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
69	4.458	4.875	3.384	3.496	16.212	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
70	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	1.699	4.238	14.017

71	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
72	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
73	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.148	10.881
74	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
75	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
76	4.458	1.718	4.466	3.496	14.137	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
77	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
78	2.380	4.875	2.507	3.496	13.257	3.957	4.121	4.502	2.918	15.498
79	2.380	1.718	1.000	1.000	6.098	1.000	1.000	1.000	1.000	4.000
80	4.458	3.612	2.507	3.496	14.073	3.957	2.779	3.333	2.918	12.986
81	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
82	2.380	3.612	3.384	2.459	11.834	1.955	2.779	2.467	2.148	9.348
83	4.458	2.556	4.466	4.693	16.173	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
84	3.290	2.556	3.384	3.496	12.727	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
85	3.290	3.612	2.507	4.693	14.103	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
86	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
87	3.290	3.612	4.466	4.693	16.062	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
88	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
89	4.458	4.875	4.466	3.496	17.294	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
90	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
91	4.458	3.612	4.466	4.693	17.229	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
92	4.458	4.875	2.507	4.693	16.532	3.957	2.779	2.467	4.238	13.441
93	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
94	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
95	4.458	4.875	3.384	3.496	16.212	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
96	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
97	3.290	3.612	2.507	2.459	11.868	3.957	2.779	2.467	2.918	12.120
98	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	2.622	1.524	3.333	2.148	9.626
99	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
100	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
101	2.380	4.875	2.507	3.496	13.257	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
102	3.290	2.556	3.384	3.496	12.727	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
103	2.380	3.612	3.384	3.496	12.872	2.622	4.121	4.502	4.238	15.483
104	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
105	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
106	4.458	2.556	3.384	3.496	13.894	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
107	2.380	3.612	3.384	3.496	12.872	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
108	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
109	2.380	3.612	4.466	4.693	15.151	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819

110	4.458	3.612	3.384	2.459	13.912	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
111	3.290	3.612	1.743	2.459	11.104	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
112	3.290	2.556	2.507	3.496	11.850	3.957	2.779	2.467	2.918	12.120
113	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
114	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
115	3.290	2.556	4.466	3.496	13.809	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
116	3.290	3.612	1.743	4.693	13.339	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
117	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	2.622	2.779	2.467	2.918	10.784
118	4.458	2.556	1.743	2.459	11.215	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
119	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
120	3.290	2.556	3.384	2.459	11.689	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
121	3.290	3.612	4.466	3.496	14.865	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
122	2.380	3.612	2.507	3.496	11.995	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
123	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	2.779	3.333	2.918	12.986
124	4.458	3.612	2.507	2.459	13.035	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
125	1.586	3.612	1.743	3.496	10.437	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
126	3.290	1.718	2.507	2.459	9.974	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
127	4.458	2.556	2.507	4.693	14.214	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
128	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
129	4.458	4.875	2.507	4.693	16.532	3.957	4.121	2.467	2.918	13.463
130	3.290	3.612	3.384	2.459	12.745	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
131	3.290	2.556	2.507	2.459	10.812	1.955	1.966	1.699	2.148	7.768
132	4.458	3.612	3.384	3.496	14.950	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
133	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	2.622	2.779	2.467	2.918	10.784
134	4.458	4.875	4.466	3.496	17.294	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
135	4.458	3.612	3.384	3.496	14.950	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
136	3.290	3.612	2.507	2.459	11.868	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
137	4.458	4.875	2.507	4.693	16.532	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
138	4.458	2.556	3.384	3.496	13.894	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
139	4.458	4.875	2.507	4.693	16.532	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
140	3.290	4.875	2.507	4.693	15.365	2.622	4.121	2.467	2.918	12.127
141	4.458	4.875	3.384	3.496	16.212	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
142	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
143	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	3.957	2.779	2.467	2.918	12.120
144	2.380	3.612	2.507	3.496	11.995	3.957	2.779	3.333	2.918	12.986
145	1.586	2.556	2.507	3.496	10.145	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
146	2.380	3.612	2.507	3.496	11.995	3.957	4.121	2.467	2.918	13.463
147	2.380	3.612	2.507	3.496	11.995	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
148	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650

149	2.380	2.556	1.743	2.459	9.137	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
150	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
151	3.290	3.612	2.507	1.560	10.970	1.535	2.779	3.333	2.918	10.563
152	2.380	3.612	1.000	2.459	9.451	1.000	4.121	3.333	2.148	10.602
153	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
154	1.000	4.875	4.466	4.693	15.034	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
155	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
156	3.290	4.875	2.507	4.693	15.365	3.957	4.121	2.467	2.918	13.463
157	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
158	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
159	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
160	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
161	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
162	2.380	4.875	3.384	2.459	13.097	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
163	4.458	4.875	3.384	3.496	16.212	3.957	4.121	1.699	4.238	14.017
164	1.586	2.556	2.507	2.459	9.108	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
165	3.290	3.612	1.000	2.459	10.362	2.622	2.779	2.467	2.918	10.784
166	2.380	1.718	1.743	1.560	7.401	1.535	4.121	1.000	2.148	8.804
167	2.380	2.556	1.000	2.459	8.395	1.955	1.524	2.467	2.148	8.093
168	4.458	4.875	1.743	2.459	13.534	3.957	4.121	1.699	1.607	11.385
169	3.290	3.612	2.507	2.459	11.868	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
170	1.000	1.000	1.000	2.459	5.459	1.000	1.000	1.000	1.000	4.000
171	2.380	3.612	3.384	2.459	11.834	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
172	2.380	3.612	3.384	2.459	11.834	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
173	1.000	1.718	2.507	3.496	8.721	3.957	2.779	2.467	1.607	10.810
174	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	2.622	4.121	4.502	4.238	15.483
175	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
176	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	1.955	2.779	2.467	2.148	9.348
177	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	2.622	4.121	3.333	2.918	12.993
178	2.380	2.556	3.384	3.496	11.816	3.957	2.779	3.333	2.918	12.986
179	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
180	2.380	2.556	4.466	2.459	11.860	1.955	1.000	4.502	4.238	11.695
181	2.380	2.556	1.743	4.693	11.372	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
182	1.586	3.612	2.507	2.459	10.164	2.622	2.779	2.467	2.918	10.784
183	2.380	3.612	2.507	2.459	10.958	3.957	1.966	4.502	2.918	13.342
184	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	4.502	4.238	12.660
185	1.000	1.000	1.000	4.693	7.693	1.535	2.779	1.699	2.148	8.160
186	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
187	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535

188	4.458	3.612	3.384	3.496	14.950	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
189	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
190	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
191	3.290	2.556	2.507	3.496	11.850	3.957	1.966	2.467	4.238	12.628
192	3.290	2.556	2.507	2.459	10.812	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
193	4.458	4.875	2.507	2.459	14.298	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
194	4.458	1.718	1.743	2.459	10.377	1.000	1.524	1.699	1.607	5.830
195	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
196	2.380	3.612	2.507	1.560	10.059	3.957	2.779	3.333	2.918	12.986
197	2.380	3.612	2.507	2.459	10.958	2.622	4.121	3.333	4.238	14.314
198	3.290	3.612	1.000	2.459	10.362	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
199	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
200	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
201	3.290	2.556	3.384	4.693	13.924	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
202	4.458	3.612	4.466	3.496	16.032	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
203	2.380	3.612	4.466	4.693	15.151	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
204	4.458	3.612	4.466	4.693	17.229	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
205	4.458	3.612	1.000	3.496	12.566	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
206	4.458	4.875	3.384	3.496	16.212	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
207	4.458	4.875	1.743	2.459	13.534	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
208	4.458	3.612	3.384	4.693	16.147	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
209	4.458	2.556	3.384	4.693	15.091	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
210	2.380	3.612	2.507	3.496	11.995	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
211	3.290	1.718	1.000	1.560	7.569	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
212	4.458	3.612	3.384	4.693	16.147	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
213	3.290	3.612	3.384	2.459	12.745	2.622	2.779	2.467	2.918	10.784
214	4.458	3.612	3.384	2.459	13.912	2.622	4.121	2.467	2.918	12.127
215	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
216	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.535	1.966	2.467	1.607	7.574
217	3.290	2.556	3.384	2.459	11.689	2.622	2.779	3.333	4.238	12.971
218	4.458	2.556	4.466	2.459	13.938	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
219	3.290	4.875	3.384	3.496	15.045	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
220	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
221	3.290	3.612	1.743	2.459	11.104	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
222	4.458	3.612	4.466	4.693	17.229	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
223	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	4.121	4.502	2.918	14.162
224	3.290	4.875	4.466	4.693	17.324	2.622	2.779	4.502	4.238	14.140
225	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
226	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819

227	2.380	4.875	4.466	4.693	16.413	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
228	1.586	2.556	1.743	1.000	6.885	3.957	2.779	4.502	4.238	15.476
229	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
230	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
231	4.458	3.612	3.384	3.496	14.950	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
232	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
233	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	1.699	2.918	10.017
234	2.380	3.612	3.384	3.496	12.872	2.622	2.779	2.467	2.918	10.784
235	3.290	3.612	1.743	2.459	11.104	3.957	2.779	1.699	4.238	12.674
236	2.380	2.556	2.507	3.496	10.939	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
237	2.380	3.612	2.507	3.496	11.995	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
238	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
239	4.458	3.612	3.384	3.496	14.950	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
240	2.380	2.556	2.507	2.459	9.902	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
241	4.458	3.612	4.466	4.693	17.229	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
242	3.290	4.875	3.384	3.496	15.045	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
243	3.290	3.612	2.507	2.459	11.868	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
244	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
245	4.458	3.612	3.384	4.693	16.147	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
246	3.290	2.556	2.507	3.496	11.850	3.957	1.966	2.467	4.238	12.628
247	3.290	3.612	1.743	3.496	12.142	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
248	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
249	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
250	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
251	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	2.467	2.918	13.463
252	4.458	4.875	1.000	1.560	11.893	3.957	4.121	1.699	2.148	11.926
253	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
254	2.380	3.612	2.507	3.496	11.995	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
255	4.458	4.875	1.743	1.000	12.075	1.535	2.779	2.467	4.238	11.018
256	1.586	1.718	2.507	1.560	7.371	1.000	1.000	1.000	1.000	4.000
257	3.290	2.556	4.466	4.693	15.006	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
258	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
259	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	4.238	12.971
260	2.380	2.556	3.384	2.459	10.778	1.955	1.966	2.467	2.148	8.535
261	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
262	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
263	3.290	2.556	1.743	3.496	11.086	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
264	4.458	3.612	3.384	3.496	14.950	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
265	3.290	3.612	3.384	2.459	12.745	2.622	4.121	4.502	4.238	15.483

266	4.458	3.612	4.466	3.496	16.032	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
267	4.458	4.875	2.507	3.496	15.335	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
268	2.380	3.612	2.507	3.496	11.995	3.957	2.779	2.467	4.238	13.441
269	4.458	4.875	4.466	3.496	17.294	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
270	4.458	4.875	1.743	2.459	13.534	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
271	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	2.467	2.918	10.784
272	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
273	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
274	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
275	3.290	2.556	1.743	2.459	10.048	3.957	2.779	3.333	2.918	12.986
276	1.586	2.556	1.000	1.000	6.142	3.957	2.779	2.467	2.918	12.120
277	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
278	2.380	2.556	3.384	2.459	10.778	1.955	2.779	2.467	1.607	8.807
279	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
280	4.458	4.875	3.384	3.496	16.212	2.622	4.121	4.502	4.238	15.483
281	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
282	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
283	4.458	3.612	2.507	3.496	14.073	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
284	4.458	3.612	2.507	3.496	14.073	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
285	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
286	4.458	3.612	4.466	3.496	16.032	3.957	2.779	1.699	4.238	12.674
287	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
288	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
289	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
290	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
291	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
292	3.290	3.612	2.507	2.459	11.868	1.955	1.966	3.333	2.918	10.171
293	2.380	2.556	3.384	3.496	11.816	2.622	1.966	2.467	2.918	9.971
294	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	1.955	2.779	3.333	2.918	10.984
295	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
296	4.458	3.612	2.507	2.459	13.035	3.957	2.779	2.467	2.918	12.120
297	2.380	3.612	3.384	2.459	11.834	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
298	4.458	4.875	4.466	3.496	17.294	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
299	4.458	3.612	3.384	4.693	16.147	3.957	4.121	3.333	2.918	14.329
300	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
301	3.290	2.556	2.507	3.496	11.850	3.957	2.779	3.333	4.238	14.307
302	4.458	3.612	4.466	4.693	17.229	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
303	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
304	2.380	1.718	2.507	3.496	10.101	1.535	1.524	1.699	1.607	6.365

305	1.000	1.718	2.507	2.459	7.683	1.535	1.524	3.333	2.148	8.539
306	4.458	3.612	2.507	2.459	13.035	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
307	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
308	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
309	4.458	3.612	3.384	3.496	14.950	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
310	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
311	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
312	2.380	4.875	1.743	3.496	12.493	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
313	2.380	2.556	1.743	2.459	9.137	2.622	2.779	2.467	2.918	10.784
314	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
315	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
316	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
317	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	4.502	2.918	15.498
318	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
319	3.290	2.556	2.507	3.496	11.850	3.957	4.121	2.467	4.238	14.784
320	4.458	4.875	3.384	4.693	17.409	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
321	4.458	4.875	2.507	3.496	15.335	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
322	3.290	3.612	3.384	2.459	12.745	2.622	2.779	2.467	4.238	12.105
323	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
324	3.290	4.875	2.507	4.693	15.365	2.622	2.779	1.699	1.607	8.707
325	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
326	3.290	3.612	1.000	3.496	11.399	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
327	2.380	3.612	2.507	2.459	10.958	2.622	4.121	3.333	4.238	14.314
328	4.458	3.612	3.384	3.496	14.950	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
329	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
330	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
331	3.290	3.612	2.507	3.496	12.906	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
332	2.380	3.612	1.743	2.459	10.193	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
333	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
334	3.290	2.556	4.466	3.496	13.809	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
335	3.290	2.556	4.466	3.496	13.809	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
336	2.380	3.612	4.466	3.496	13.954	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
337	2.380	3.612	4.466	3.496	13.954	3.957	1.966	4.502	4.238	14.663
338	3.290	2.556	1.743	2.459	10.048	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
339	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
340	3.290	3.612	2.507	4.693	14.103	3.957	4.121	3.333	4.238	15.650
341	4.458	4.875	4.466	4.693	18.491	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819
342	3.290	3.612	3.384	3.496	13.783	2.622	2.779	3.333	2.918	11.650
343	4.458	3.612	3.384	3.496	14.950	3.957	4.121	4.502	4.238	16.819

NO	KUALITAS (X3)					X3	KEPUASAN (Y)				Y
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	
1	2.558	2.433	3.540	3.429	3.324	15.283	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
2	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	2.610	3.227	12.601
3	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
4	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
5	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	3.481	3.673	4.495	16.161
6	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
7	3.569	4.627	4.717	4.554	3.324	20.791	4.512	4.774	3.673	3.227	16.186
8	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
9	3.569	4.627	3.540	4.554	2.361	18.650	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
10	3.569	4.627	4.717	3.429	4.512	20.854	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
11	3.569	3.412	3.540	4.554	3.324	18.398	4.512	3.481	4.902	3.227	16.122
12	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
13	3.569	3.412	4.717	4.554	3.324	19.576	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
14	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
15	3.569	3.412	3.540	2.479	2.361	15.360	3.283	3.481	2.610	3.227	12.601
16	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	3.283	3.481	2.610	2.220	11.594
17	4.692	4.627	4.717	4.554	3.324	21.914	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
18	3.569	3.412	4.717	3.429	4.512	19.639	3.283	3.481	3.673	2.220	12.657
19	2.558	3.412	2.527	2.479	2.361	13.337	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
20	4.692	4.627	4.717	3.429	4.512	21.977	3.283	4.774	2.610	4.495	15.163
21	2.558	3.412	3.540	3.429	3.324	16.262	3.283	3.481	3.673	2.220	12.657
22	2.558	3.412	3.540	2.479	3.324	15.312	3.283	3.481	2.610	3.227	12.601
23	3.569	3.412	3.540	3.429	4.512	18.462	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
24	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
25	3.569	4.627	3.540	4.554	3.324	19.614	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
26	3.569	3.412	3.540	4.554	4.512	19.586	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
27	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	2.305	3.481	4.902	4.495	15.183
28	4.692	4.627	3.540	4.554	3.324	20.737	4.512	4.774	4.902	3.227	17.415
29	3.569	4.627	4.717	4.554	3.324	20.791	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
30	2.558	3.412	3.540	3.429	3.324	16.262	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
31	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
32	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.000	1.000	1.000	1.000	1.000	4.000
33	2.558	3.412	2.527	2.479	2.361	13.337	2.305	3.481	2.610	3.227	11.624
34	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
35	3.569	3.412	2.527	4.554	3.324	17.386	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
36	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	2.220	12.657

37	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	3.481	2.610	2.220	10.616
38	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	3.227	10.536
39	3.569	3.412	3.540	2.479	3.324	16.324	2.305	3.481	2.610	3.227	11.624
40	3.569	3.412	3.540	3.429	1.511	15.461	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
41	4.692	4.627	4.717	4.554	1.511	20.101	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
42	3.569	4.627	4.717	4.554	2.361	19.828	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
43	3.569	4.627	3.540	4.554	4.512	20.802	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
44	2.558	4.627	3.540	2.479	2.361	15.564	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
45	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
46	3.569	3.412	4.717	2.479	3.324	17.501	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
47	3.569	3.412	3.540	2.479	2.361	15.360	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
48	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	2.220	16.408
49	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
50	2.558	3.412	3.540	3.429	4.512	17.450	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
51	3.569	4.627	4.717	2.479	4.512	19.904	4.512	4.774	4.902	3.227	17.415
52	3.569	3.412	2.527	3.429	4.512	17.449	4.512	4.774	2.610	4.495	16.392
53	4.692	4.627	4.717	3.429	4.512	21.977	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
54	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
55	3.569	4.627	3.540	3.429	2.361	17.526	3.283	4.774	4.902	4.495	17.454
56	2.558	3.412	3.540	4.554	3.324	17.387	3.283	3.481	4.902	3.227	14.893
57	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	4.512	3.481	2.610	3.227	13.830
58	3.569	3.412	2.527	4.554	4.512	18.574	3.283	4.774	4.902	4.495	17.454
59	1.586	1.607	1.582	1.607	1.511	7.894	1.537	1.586	1.601	1.545	6.270
60	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	4.774	3.673	4.495	17.454
61	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
62	4.692	4.627	3.540	3.429	2.361	18.648	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
63	3.569	4.627	3.540	4.554	4.512	20.802	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
64	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
65	3.569	3.412	3.540	4.554	4.512	19.586	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
66	2.558	3.412	3.540	3.429	3.324	16.262	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
67	3.569	4.627	3.540	4.554	3.324	19.614	3.283	4.774	3.673	3.227	14.957
68	2.558	2.433	1.582	2.479	2.361	11.413	3.283	2.394	2.610	2.220	10.507
69	4.692	4.627	3.540	3.429	4.512	20.800	4.512	3.481	3.673	4.495	16.161
70	3.569	3.412	3.540	2.479	3.324	16.324	4.512	3.481	2.610	3.227	13.830
71	3.569	3.412	3.540	2.479	3.324	16.324	4.512	4.774	4.902	3.227	17.415
72	2.558	4.627	3.540	3.429	4.512	18.665	4.512	4.774	3.673	4.495	17.454
73	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
74	4.692	4.627	4.717	2.479	3.324	19.839	3.283	4.774	4.902	4.495	17.454
75	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664

76	4.692	4.627	3.540	3.429	4.512	20.800	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
77	4.692	3.412	3.540	3.429	3.324	18.396	4.512	4.774	4.902	3.227	17.415
78	3.569	2.433	4.717	4.554	4.512	19.785	4.512	4.774	4.902	3.227	17.415
79	1.000	1.000	1.000	2.479	1.000	6.479	2.305	2.394	2.610	1.545	8.855
80	2.558	3.412	3.540	3.429	4.512	17.450	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
81	4.692	4.627	4.717	2.479	4.512	21.027	4.512	4.774	3.673	4.495	17.454
82	2.558	3.412	3.540	3.429	3.324	16.262	2.305	3.481	2.610	2.220	10.616
83	2.558	2.433	4.717	4.554	4.512	18.773	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
84	3.569	4.627	4.717	2.479	4.512	19.904	4.512	4.774	3.673	3.227	16.186
85	2.558	3.412	2.527	3.429	4.512	16.438	4.512	3.481	4.902	4.495	17.390
86	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
87	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
88	3.569	3.412	3.540	2.479	3.324	16.324	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
89	4.692	4.627	3.540	3.429	3.324	19.612	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
90	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
91	4.692	3.412	4.717	4.554	4.512	21.886	3.283	4.774	4.902	4.495	17.454
92	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
93	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
94	4.692	4.627	3.540	4.554	4.512	21.925	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
95	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
96	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
97	2.558	2.433	1.582	1.607	2.361	10.541	3.283	2.394	2.610	2.220	10.507
98	3.569	2.433	2.527	2.479	3.324	14.332	2.305	2.394	2.610	3.227	10.536
99	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
100	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
101	2.558	1.607	3.540	1.607	3.324	12.636	4.512	4.774	3.673	4.495	17.454
102	4.692	4.627	2.527	4.554	4.512	20.912	2.305	3.481	2.610	2.220	10.616
103	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
104	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
105	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
106	3.569	4.627	4.717	3.429	4.512	20.854	4.512	3.481	3.673	4.495	16.161
107	2.558	2.433	3.540	3.429	3.324	15.283	3.283	3.481	2.610	2.220	11.594
108	3.569	3.412	3.540	2.479	4.512	17.512	2.305	3.481	3.673	3.227	12.686
109	4.692	4.627	4.717	3.429	4.512	21.977	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
110	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	4.495	14.932
111	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
112	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	3.283	2.394	2.610	2.220	10.507
113	4.692	3.412	3.540	3.429	4.512	19.585	3.283	4.774	4.902	4.495	17.454
114	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529

115	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
116	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
117	4.692	3.412	4.717	3.429	2.361	18.610	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
118	2.558	3.412	3.540	3.429	3.324	16.262	4.512	3.481	3.673	4.495	16.161
119	3.569	3.412	3.540	2.479	3.324	16.324	2.305	3.481	2.610	3.227	11.624
120	4.692	3.412	2.527	2.479	4.512	17.622	4.512	3.481	3.673	2.220	13.886
121	3.569	4.627	3.540	4.554	4.512	20.802	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
122	2.558	4.627	3.540	2.479	2.361	15.564	3.283	3.481	4.902	3.227	14.893
123	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
124	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	3.227	10.536
125	1.586	2.433	2.527	2.479	2.361	11.386	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
126	1.586	2.433	2.527	2.479	3.324	12.349	4.512	2.394	2.610	2.220	11.736
127	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
128	3.569	4.627	4.717	3.429	4.512	20.854	4.512	4.774	3.673	4.495	17.454
129	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	3.283	4.774	3.673	3.227	14.957
130	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
131	1.000	2.433	2.527	1.607	2.361	9.929	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
132	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
133	2.558	3.412	3.540	2.479	3.324	15.312	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
134	4.692	4.627	3.540	3.429	3.324	19.612	3.283	3.481	4.902	4.495	16.161
135	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
136	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
137	2.558	4.627	2.527	3.429	4.512	17.653	4.512	4.774	3.673	4.495	17.454
138	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
139	4.692	4.627	3.540	3.429	4.512	20.800	3.283	4.774	4.902	4.495	17.454
140	3.569	4.627	2.527	3.429	4.512	18.664	3.283	4.774	2.610	3.227	13.894
141	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
142	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
143	2.558	4.627	2.527	2.479	3.324	15.515	2.305	2.394	3.673	2.220	10.592
144	3.569	3.412	3.540	2.479	3.324	16.324	2.305	1.000	3.673	1.000	7.978
145	2.558	2.433	2.527	1.607	2.361	11.486	3.283	4.774	4.902	4.495	17.454
146	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
147	2.558	2.433	2.527	3.429	3.324	14.271	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
148	2.558	3.412	2.527	2.479	2.361	13.337	2.305	3.481	3.673	2.220	11.679
149	2.558	3.412	2.527	1.607	2.361	12.465	2.305	2.394	3.673	2.220	10.592
150	3.569	3.412	3.540	2.479	3.324	16.324	3.283	2.394	2.610	3.227	11.514
151	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
152	1.000	2.433	3.540	1.000	4.512	12.485	1.000	4.774	4.902	4.495	15.171
153	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529

154	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
155	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
156	3.569	3.412	4.717	2.479	3.324	17.501	3.283	3.481	2.610	3.227	12.601
157	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
158	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
159	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
160	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	1.545	8.855
161	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
162	2.558	2.433	3.540	3.429	4.512	16.472	4.512	4.774	4.902	2.220	16.408
163	4.692	4.627	2.527	4.554	4.512	20.912	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
164	2.558	2.433	2.527	3.429	3.324	14.271	2.305	3.481	3.673	3.227	12.686
165	2.558	2.433	3.540	2.479	2.361	13.370	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
166	2.558	1.607	2.527	2.479	1.000	10.171	2.305	1.586	2.610	2.220	8.721
167	1.586	2.433	2.527	2.479	2.361	11.386	2.305	2.394	2.610	4.495	11.804
168	4.692	4.627	4.717	1.000	2.361	17.397	2.305	2.394	4.902	4.495	14.096
169	3.569	3.412	3.540	3.429	2.361	16.310	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
170	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.000	1.000	1.000	1.000	1.000	4.000
171	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
172	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
173	1.000	1.607	2.527	3.429	4.512	13.075	4.512	3.481	2.610	1.545	12.149
174	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
175	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
176	2.558	2.433	2.527	3.429	2.361	13.308	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
177	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
178	2.558	3.412	4.717	3.429	4.512	18.627	2.305	2.394	4.902	3.227	12.828
179	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
180	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	1.000	8.309
181	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
182	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
183	3.569	3.412	3.540	3.429	4.512	18.462	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
184	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	2.610	2.220	11.594
185	1.586	2.433	4.717	4.554	4.512	17.802	1.000	1.586	2.610	3.227	8.423
186	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
187	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
188	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	4.495	14.932
189	4.692	3.412	3.540	3.429	3.324	18.396	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
190	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
191	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
192	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529

193	4.692	4.627	3.540	3.429	3.324	19.612	3.283	3.481	4.902	4.495	16.161
194	2.558	1.607	1.582	1.607	1.511	8.866	1.537	2.394	2.610	1.000	7.541
195	2.558	4.627	2.527	4.554	2.361	16.627	4.512	3.481	4.902	4.495	17.390
196	2.558	2.433	3.540	2.479	3.324	14.333	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
197	2.558	2.433	3.540	4.554	4.512	17.596	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
198	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
199	3.569	4.627	4.717	3.429	4.512	20.854	3.283	3.481	4.902	3.227	14.893
200	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	4.495	14.932
201	3.569	3.412	3.540	2.479	4.512	17.512	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
202	3.569	4.627	3.540	3.429	4.512	19.677	3.283	3.481	4.902	3.227	14.893
203	2.558	2.433	2.527	2.479	4.512	14.509	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
204	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
205	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
206	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	4.495	14.932
207	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
208	3.569	4.627	3.540	4.554	3.324	19.614	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
209	3.569	3.412	3.540	3.429	2.361	16.310	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
210	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
211	3.569	3.412	4.717	4.554	4.512	20.764	4.512	4.774	4.902	3.227	17.415
212	4.692	4.627	3.540	4.554	4.512	21.925	4.512	4.774	4.902	3.227	17.415
213	2.558	2.433	2.527	2.479	3.324	13.321	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
214	2.558	2.433	2.527	2.479	3.324	13.321	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
215	2.558	3.412	3.540	2.479	3.324	15.312	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
216	2.558	2.433	1.582	2.479	2.361	11.413	1.537	2.394	1.601	1.545	7.077
217	2.558	3.412	2.527	3.429	3.324	15.250	2.305	3.481	3.673	3.227	12.686
218	2.558	2.433	3.540	2.479	2.361	13.370	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
219	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
220	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
221	2.558	3.412	4.717	2.479	3.324	16.489	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
222	3.569	3.412	4.717	2.479	3.324	17.501	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
223	3.569	4.627	3.540	3.429	3.324	18.489	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
224	4.692	4.627	3.540	4.554	4.512	21.925	4.512	3.481	3.673	4.495	16.161
225	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
226	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
227	4.692	4.627	4.717	1.000	4.512	19.548	3.283	4.774	3.673	2.220	13.950
228	2.558	4.627	4.717	4.554	3.324	19.779	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
229	4.692	3.412	4.717	4.554	4.512	21.886	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
230	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
231	2.558	3.412	2.527	3.429	3.324	15.250	4.512	3.481	3.673	4.495	16.161

232	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
233	1.586	3.412	3.540	1.607	3.324	13.469	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
234	3.569	2.433	2.527	3.429	2.361	14.319	2.305	3.481	2.610	3.227	11.624
235	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
236	3.569	2.433	3.540	4.554	3.324	17.420	3.283	3.481	3.673	2.220	12.657
237	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
238	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
239	1.586	3.412	2.527	4.554	3.324	15.403	2.305	4.774	4.902	3.227	15.208
240	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
241	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
242	3.569	4.627	3.540	3.429	4.512	19.677	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
243	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
244	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
245	4.692	4.627	3.540	3.429	4.512	20.800	4.512	3.481	4.902	4.495	17.390
246	2.558	3.412	3.540	3.429	3.324	16.262	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
247	2.558	3.412	2.527	2.479	3.324	14.300	3.283	2.394	3.673	3.227	12.576
248	2.558	3.412	2.527	3.429	3.324	15.250	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
249	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
250	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
251	2.558	3.412	4.717	3.429	3.324	17.439	3.283	3.481	4.902	4.495	16.161
252	3.569	2.433	2.527	2.479	2.361	13.369	1.537	1.586	1.601	1.545	6.270
253	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
254	3.569	3.412	3.540	2.479	3.324	16.324	2.305	2.394	2.610	3.227	10.536
255	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
256	1.586	1.000	1.582	1.607	1.000	6.776	1.537	1.586	1.601	1.000	5.724
257	3.569	3.412	3.540	3.429	4.512	18.462	4.512	3.481	4.902	3.227	16.122
258	4.692	4.627	4.717	4.554	3.324	21.914	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
259	4.692	4.627	4.717	3.429	3.324	20.789	3.283	3.481	4.902	4.495	16.161
260	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
261	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
262	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
263	2.558	3.412	2.527	2.479	2.361	13.337	2.305	2.394	3.673	3.227	11.599
264	3.569	4.627	3.540	3.429	3.324	18.489	4.512	4.774	3.673	4.495	17.454
265	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
266	4.692	4.627	3.540	4.554	4.512	21.925	3.283	4.774	4.902	4.495	17.454
267	2.558	3.412	3.540	3.429	3.324	16.262	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
268	2.558	3.412	2.527	3.429	3.324	15.250	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
269	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
270	2.558	3.412	4.717	2.479	4.512	17.677	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683

271	3.569	3.412	3.540	3.429	4.512	18.462	3.283	3.481	4.902	3.227	14.893
272	3.569	3.412	4.717	4.554	4.512	20.764	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
273	4.692	4.627	4.717	2.479	4.512	21.027	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
274	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
275	2.558	2.433	2.527	3.429	2.361	13.308	3.283	3.481	3.673	2.220	12.657
276	2.558	1.607	2.527	3.429	3.324	13.445	2.305	3.481	3.673	3.227	12.686
277	3.569	3.412	4.717	4.554	4.512	20.764	3.283	3.481	3.673	4.495	14.932
278	2.558	3.412	2.527	3.429	2.361	14.287	1.000	3.481	3.673	3.227	11.381
279	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
280	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
281	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	3.481	4.902	3.227	16.122
282	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
283	3.569	3.412	4.717	3.429	4.512	19.639	3.283	4.774	4.902	3.227	16.186
284	3.569	4.627	3.540	3.429	4.512	19.677	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
285	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
286	4.692	4.627	4.717	3.429	4.512	21.977	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
287	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	4.774	3.673	4.495	17.454
288	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
289	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
290	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
291	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
292	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
293	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	3.283	3.481	2.610	2.220	11.594
294	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
295	4.692	4.627	4.717	3.429	4.512	21.977	3.283	4.774	3.673	4.495	16.225
296	2.558	3.412	3.540	3.429	3.324	16.262	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
297	2.558	3.412	2.527	2.479	2.361	13.337	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
298	4.692	4.627	2.527	3.429	4.512	19.787	4.512	3.481	2.610	3.227	13.830
299	3.569	3.412	4.717	4.554	4.512	20.764	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
300	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
301	3.569	3.412	2.527	3.429	2.361	15.298	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
302	4.692	1.607	2.527	4.554	2.361	15.741	4.512	3.481	3.673	4.495	16.161
303	3.569	3.412	4.717	4.554	4.512	20.764	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
304	2.558	1.607	1.582	1.607	1.511	8.866	1.537	1.586	1.601	1.545	6.270
305	2.558	2.433	2.527	2.479	2.361	12.358	3.283	3.481	2.610	3.227	12.601
306	2.558	3.412	2.527	2.479	3.324	14.300	3.283	3.481	3.673	4.495	14.932
307	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
308	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
309	2.558	4.627	4.717	3.429	4.512	19.843	3.283	3.481	3.673	4.495	14.932

310	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	3.283	4.774	4.902	4.495	17.454
311	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
312	4.692	4.627	4.717	1.000	4.512	19.548	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
313	2.558	3.412	3.540	3.429	3.324	16.262	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
314	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
315	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
316	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
317	4.692	3.412	3.540	3.429	3.324	18.396	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
318	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
319	2.558	4.627	4.717	2.479	4.512	18.893	2.305	3.481	2.610	4.495	12.892
320	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
321	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
322	3.569	2.433	2.527	4.554	4.512	17.595	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
323	4.692	4.627	1.000	4.554	4.512	19.385	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
324	3.569	3.412	4.717	3.429	3.324	18.451	2.305	3.481	2.610	3.227	11.624
325	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
326	3.569	3.412	3.540	2.479	3.324	16.324	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
327	2.558	3.412	3.540	2.479	2.361	14.349	4.512	2.394	2.610	3.227	12.743
328	4.692	4.627	4.717	2.479	4.512	21.027	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
329	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
330	4.692	4.627	4.717	4.554	3.324	21.914	4.512	4.774	4.902	3.227	17.415
331	2.558	3.412	3.540	2.479	3.324	15.312	2.305	2.394	3.673	3.227	11.599
332	2.558	3.412	2.527	2.479	3.324	14.300	2.305	2.394	2.610	2.220	9.529
333	3.569	4.627	4.717	4.554	4.512	21.979	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
334	2.558	3.412	3.540	2.479	3.324	15.312	4.512	3.481	4.902	3.227	16.122
335	1.586	3.412	3.540	1.000	3.324	12.862	3.283	2.394	3.673	3.227	12.576
336	3.569	3.412	3.540	2.479	2.361	15.360	4.512	4.774	4.902	4.495	18.683
337	2.558	3.412	3.540	1.607	3.324	14.441	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
338	4.692	4.627	2.527	3.429	4.512	19.787	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893
339	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
340	4.692	4.627	4.717	3.429	3.324	20.789	3.283	2.394	3.673	4.495	13.845
341	4.692	4.627	4.717	4.554	4.512	23.102	4.512	4.774	3.673	3.227	16.186
342	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	3.283	3.481	3.673	3.227	13.664
343	3.569	3.412	3.540	3.429	3.324	17.274	4.512	3.481	3.673	3.227	14.893

Lampiran 4. Uji SPSS

1. Statistika deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Harga	343	4.00	20.00	15.7318	2.92465
Kemudahan	343	4.00	20.00	17.4752	2.99197
Kualitas	343	5.00	25.00	20.0117	3.73929
Kepuasan	343	4.00	20.00	16.5044	2.98032
Valid N (listwise)	343				

2. Uji validitas

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.599**	.438**	.497**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	343	343	343	343	343
X1.2	Pearson Correlation	.599**	1	.445**	.562**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	343	343	343	343	343
X1.3	Pearson Correlation	.438**	.445**	1	.598**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	343	343	343	343	343
X1.4	Pearson Correlation	.497**	.562**	.598**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	343	343	343	343	343
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.788**	.811**	.778**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	343	343	343	343	343

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

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
X2.1	Pearson Correlation	1	.747**	.504**	.750**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	343	343	343	343

X2.2	Pearson Correlation	.747**	1	.558**	.680**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	343	343	343	343	343
X2.3	Pearson Correlation	.504**	.558**	1	.637**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	343	343	343	343	343
X2.4	Pearson Correlation	.750**	.680**	.637**	1	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	343	343	343	343	343
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.869**	.868**	.797**	.893**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	343	343	343	343	343

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.734**	.632**	.593**	.573**	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	343	343	343	343	343	343
X3.2	Pearson Correlation	.734**	1	.704**	.588**	.662**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	343	343	343	343	343	343
X3.3	Pearson Correlation	.632**	.704**	1	.557**	.662**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	343	343	343	343	343	343
X3.4	Pearson Correlation	.593**	.588**	.557**	1	.599**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	343	343	343	343	343	343
X3.5	Pearson Correlation	.573**	.662**	.662**	.599**	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	343	343	343	343	343	343

TOTAL_X3	Pearson Correlation	.843**	.878**	.847**	.796**	.832**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	343	343	343	343	343	343

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.758**	.686**	.663**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	343	343	343	343	343
Y.2	Pearson Correlation	.758**	1	.790**	.762**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	343	343	343	343	343
Y.3	Pearson Correlation	.686**	.790**	1	.749**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	343	343	343	343	343
Y.4	Pearson Correlation	.663**	.762**	.749**	1	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	343	343	343	343	343
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.868**	.924**	.901**	.886**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	343	343	343	343	343

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

3. Uji reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.814	4

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.877	4

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.895	5

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.917	4

4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		343
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1813.04154722
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.041
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.043 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.362
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

5. Uji multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	153.274	494.079		.310	.757		
Persepsi Harga	.143	.051	.131	2.828	.005	.376	2.659
Kemudahan Penggunaan	.393	.044	.355	8.904	.000	.506	1.978
Kualitas Layanan	.391	.039	.463	9.999	.000	.374	2.676

a. Dependent Variable: Kepuasan

6. Uji heteroskedastisitas

Correlations						
			Persepsi Harga	Kemudahan Penggunaan	Kualitas Layanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Persepsi Harga	Correlation Coefficient	1.000	.647**	.742**	.080
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.140
		N	343	343	343	343
	Kemudahan Penggunaan	Correlation Coefficient	.647**	1.000	.601**	.069
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.200
		N	343	343	343	343
	Kualitas Layanan	Correlation Coefficient	.742**	.601**	1.000	.076
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.162
		N	343	343	343	343
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.080	.069	.076	1.000
		Sig. (2-tailed)	.140	.200	.162	.
		N	343	343	343	343

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

7. Koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 ^a	.728	.726	1707.04134

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan

8. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	153.274	494.079		.310	.757		
Persepsi Harga	.143	.051	.131	2.828	.005	.376	2.659
Kemudahan Penggunaan	.393	.044	.355	8.904	.000	.506	1.978
Kualitas Layanan	.391	.039	.463	9.999	.000	.374	2.676

a. Dependent Variable: Kepuasan

9. Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2645426435.496	3	881808811.832	302.612	.000 ^b
	Residual	987842651.664	339	2913990.123		
	Total	3633269087.160	342			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Harga

Lampiran 5. surat izin observasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 2281/Un.19/FEBI.JES/PP.009/5/2023
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Purwokerto, 29 mei 2023

Kepada Yth.
Kabag TU FEBI UIN SAIZU
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul Pengaruh *price preception* dan *price acceptance* Layanan BI fast terhadap kepuasan bertransaksi melalui *mobile banking* (Studi pada mahasiswa FEBI UIN Saizu purwokerto)

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Riska ayu setiani
2. NIM : 1917202172
3. Semester / Program Studi : 8/perbankan syariah
4. Tahun Akademik : 2022/2023
5. Alamat : Sambirata RT 02 RW 04

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : mahasiswa FEBI UIN saizu purwokerto
2. Tempat/ Lokasi : Fakultas FEBI UIN Saizu Purwokerto
3. Waktu Observasi : 30 Mei 2023 s/d selesai

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Prodi Perbankan Syariah
Hasbiy
Hasbi Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 199206132018012001

Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag Akademik
3. Arsip

Lampiran 6: Dokumentasi Penyebaran kuisioner secara offline dan online





←  **Status saya** Baru saja ⋮

Assalamualaikum Wr Wb
Perkenalkan nama saya Riska ayu setiani dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dengan ini saya memohon bantuan kepada Saudara/i untuk mengisi kuesioner guna keperluan tugas akhir saya. Maka dari itu, saya memohon kesediaan Saudara untuk dapat berpartisipasi dalam penelitian saya dengan mengisi kuesioner ini pada link berikut : forms.gle/ZoPowdF6Ezz...

Semua identitas Saudara akan dijaga kerahasiaannya dan kuesioner hanya a

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Riska Ayu Setiani
2. NIM : 1917202172
3. Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 06 Mei 2001
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Nama Orang Tua
 - a. Nama Ayah : Salamun
 - b. Nama Ibu : Kamisah

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI : SD Negeri 1 Sambirata (2013)
2. SMP/MTs : MTs. Ma'arif NU 2 Cilongok (2016)
3. SMA/SMK : SMK Ma'arif NU 2 Ajibarang (2019)
4. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
(dalam proses)

C. Pengalaman Organisasi

1. Divisi Marketing KMPS UIN Saizu Purwokerto (2020/2021)
2. Koordinator divisi marketing KMPS UIN Saizu Purwokerto (2021/2022)
3. Febi English Club (2021/2022)
4. Annajah Entrepreneur Club (2020/2021)
5. Panitia Semnas Digitalis (2020)

D. Pengalaman Magang

1. Magang di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negeri (KPPN) Purwokerto
(2022)

Purwokerto, 10 Oktober 2023



Riska Ayu Setiani