

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R., & Fauziah. (2021). Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Dusun Termanuk Desa Sumberjo Kecamatan Wonomulyo Untuk Berwakaf Tunai Di Baitul Maal As'adiyah Wonomulyo. *Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1, 55–66.
- Andrianto, & Anang Firmansyah. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Q. Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi, p. 71). Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ascarya, & Yumanita, D. (2005). *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Bank Syariah Indonesia. (2021a). *BSI Cicil Emas*.
<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/1615866857bsi-cicil-emas>
- Bank Syariah Indonesia. (2021b). *Informasi lengkap Tentang Bank Syariah Indoneisa: Sejarah Perusahaan*. Tentang Kami - Informasi Perusahaan %7C Bank Syariah Indonesia (bankbsi.co.id)
- Bank Syariah Indonesia. (2021c). *Perkuat Bisnis Cicil Emas, BSI Gandeng Jamkrindo Syariah*. <https://www.bankbsi.co.id/news->

update/berita/perkuat-bisnis-cicil-emas-bsi-gandeng-jamkrindo-syariah

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS)* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, A., & Haryono. (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. CV. Pustaka Setia.
- Hadi, S. (1986). *Metodologi Research II*. Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.
- Hadi, S. (1990). *Metodologi Research*. Fakultas Psikologi UGM.
- Hadinoto, S. R. (1998). *Psikologi Umum* (p. 189). Pustaka Setia.
- Hidayat, F., & Kayati, K. (2020). Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, Pendapatan dan Umur Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 136.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.942>
- Hidayatinaa. (2018). *Pengaruh Sosialisasi Perbankan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe)* [Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Lhokseumawe].
<https://febi.iainlhokseumawe.ac.id/wp-sibak/STANDAR 7/LIST STANDAR 7/7.1.1 HASIL>

PENELITIAN/PENELITIAN/HIDAYATINA - PENGARUH
SOSIALISASI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT
MENABUNG NASABAH.pdf

- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan* (p. 63). Prenada Media Group.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, (KBBI). (n.d.). *Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan)*.
- Kasmir. (2008). *Pemasaran Bank* (p. 177). Kencana.
- Khotimah, H., Warsini, S., & Nuraeni, Y. (2015). Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan terhadap Minat Investor pada Efek Syariah di Pasar Modal. *Jurnal Account*, 423–433.
<http://akuntansi.pnj.ac.id/upload/artikel/files/SabarWaarsiniJuni2016.pdf>
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Kurniawati, K. (2018). *Sosialisasi Kepribadian* (p. 7). Sentra Edukasi Media.
- Likert, R. (1932). *Likert Scale*.
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 57–78.
<https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna/article/view/702>
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2017). Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 75–87.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Nasional, P. B. D. P. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Nunally. (1994). *Cronbach Alpha*.

- Nurhayati. (2021). Pengaruh Sosialisasi Dan Motivasi Terhadap Minat Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Economics and Sustainable Development*, 6, 13–20.
- UU Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, (2008).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017a). *Bank Umum*.
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/pages/Bank-Umum.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017b). *Tentang Syariah: Perbankan Syariah dan Kelembagaannya*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>
- Permataatmadja, K., & Antonio, M. S. (1997). *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*. PT Dana Bakhti Wakaf.
- Sari, F. (2022). *BSI: Pembiayaan Emas Terus Meningkatkan Sejak Awal Tahun 2022*. Kontan.Co.Id. <https://newssetup.kontan.co.id/news/bsi-pembiayaan-emas-terus-meningkat-sejak-awal-tahun-2022>
- Sari, P. (2022). *Perlunya Sosialisasi Perbankan Syariah Ke Masyarakat*. Republika. <https://retizen.republika.co.id/posts/26105/perlunya-sosialisasi-perbankan-syariah-ke-masyarakat>
- Sekaran, U. (2003). *Research Method For Business: A Skill Building Approach*. John Wileyand Sons, inc.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis - Buku 1* (6th ed.). Salemba Empat.
- Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2011). *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta*

dan Gejala Permasalahan Sosial : Teori, Aplikasi dan Pemecahannya (p. 167). Kencana Prenada Media Group.

Setiawati, Y. (2018). *Pengaruh Sosialisasi Bank Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah Mandiri Di Kabupaten Sarolangun*. UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Prenada Media.

Simamora, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II* (p. 753). Salemba Empat.

Slameto. (2010). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (p. 180). PT RINEKA CIPTA.

Sudarsono, A., & Wijayanti, A. T. (2016). *Pengantar Sosiologi*. Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

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

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metode Penelitian*. Pustaka Pers.
- Sumantri, P. A. I. (2019). *Pengaruh Sosialisasi, Edukasi, dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menabung di PT. Pegadaian Syariah Cabang Skip Kota Bengkulu*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Suryani. (2020). *Buku Saku Bank Syariah Ringkas dan Praktis*. Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium.
- Sutaryo. (2004). *Dasar-Dasar Sosialisasi*. Rajawali Press.
- Wardani, D. K., & Supiati. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal dan Persepsi atas Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 12(1), 13–22.
<https://doi.org/10.28932/jam.v12i1.2044>
- Wibowo, H. (2020). *Pengaruh Sosialisasi, Lokasi, Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Petani Kentang Desa Gembol, Kec. Pejawaran, Kab. Banjar Negara)*. State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Winkel, W. S. (1983). *Psikologi Pengajaran* (p. 38). PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Yogatama, B. K. (2021). Bank Syariah Indonesia Sasar Kalangan Milenial. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/08/04/bank-syariah-indonesia-sasar-kalangan-milenial>

Zulchayra, Z., Azharsyah, & Fitria, A. (2020). Minat investasi di Pasar Modal Syariah (Studi pada mahasiswa di Banda Aceh). *Jihbiz Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 138–155.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

LAMPIRAN I

SK Dosen Pembimbing Skripsi



**KEPUTUSAN REKTOR
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
NOMOR 97 TAHUN 2022**

**TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
TAHUN ANGGARAN 2021**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
REKTOR UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

- Menimbang** :
- a. Bahwa untuk menyelesaikan ujian sarjana bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten dipandang perlu untuk menunjuk Pembimbing Utama dan Pembimbing Pembantu;
 - b. Bahwa mahasiswa tersebut perlu memperoleh bimbingan yang sebaik-baiknya dalam menyelesaikan Skripsi, sehingga dapat menyelesaikan studi kesajaranaannya;
 - c. Bahwa Saudara Dr. Suryani, M.Si dan Saudara Ikin Ainul Yakin, M.E masing-masing Dosen Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten telah memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Pembantu.
- Mengingat** :
1. Undang-Undang R.I Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-Undang R.I Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
 3. Keputusan Presiden RI Nomor 39 Tahun 2017 tentang Perubahan IAIN Sultan Maulana Hasanudin Banten, menjadi UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten;
 4. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 23 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 383 tahun 1997 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana S1;
 6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 32 tanggal 26 September 2017 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 026483/B.II/7/2021 tanggal 26 Juli 2021 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 8. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 872/Un.17/BA.III.2/KP.07.6/08/2021 tanggal 27 Agustus 2021 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 9. Surat Keputusan Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Nomor 625 Tahun 2020 tanggal 18 Mei 2020 tentang Kalender Akademik Tahun Akademik 2020/2021.
- Memperhatikan** :
- Surat Ketua Jurusan Perbankan Syariah tentang Pengesahan Sidang Diskusi Proposal Penelitian Skripsi tanggal 31 Januari 2022
a.n : Hana Imtina Salsabila
NIM : 181420002

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : **KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN TAHUN ANGGARAN 2022**
- Kesatu : Mengangkat Saudara **Dr. Suryani, M.Si** sebagai Pembimbing Utama dan Saudara **Ikin Ainul Yakin, M.E** sebagai Pembimbing Pembantu bagi mahasiswa tersebut di atas dengan judul skripsi: **Pengaruh Sosialisasi Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tangerang Curug.**
- Kedua : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan tersebut untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.
- Ketiga : Keputusan ini berlaku dimulai sejak tanggal ditetapkan.

Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

**Tembusan:**

1. Para Wakil Dekan 1,2,3;
2. Ketua Jurusan Perbankan Syariah;
3. Bendahara UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
4. Mahasiswa yang bersangkutan.

LAMPIRAN II

Surat Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
 SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Jenderal Sudirman Nomor 30 Serang 42118 Telp. (0254) 200323 Fax. 200022
 Website: www.uinbanten.ac.id

Nomor : B-252/Un.17/F.V.J.2/PP.00.9/04/2022 Serang, 11 April 2022
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Data Penelitian

Kepada Yth.

Pimpinan

BSI KCP Tangerang Karawaci Mutiara

Di-

Tangerang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Salam silaturahmi kami sampaikan. Semoga Bapak/Ibu dapat melaksanakan tugas dengan baik dan sukses dalam menjalankan aktivitas, serta senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Aamiin.

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Nomor: 444 Tahun 2017 tentang Pedoman Akademik, khususnya yang mengatur mengenai penelitian sebagai tugas akhir perkuliahan, kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi atau data dalam rangka penyusunan dan penulisan skripsi tersebut. Adapun judul skripsi yang dimaksud **Pengaruh Sosialisasi Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cencil Emas Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tangerang Karawaci Mutiara** akan dibahas oleh:

Nama : Hana Imtina Salsabila
 NIM : 181420002
 Jurusan : **Perbankan Syariah**
 Tahun Akademik : **2021/2022**

Demikian surat permohonan ini kami buat. Atas bantuan dan perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wasalamu 'alaikum Wr. Wb.



LAMPIRAN III
SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN



PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Tangerang Karawaci Mutiara
Ruko Mutiara Karawaci Blok B NO. 27
Bencongan Indah, Kelapa dua
Tangerang 15810
T : +62 21 5565 3325/5565 3327
www.bankbsi.co.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 2/517-3/8198

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Hana Imtina Salsabila
NIM : 181420002
Jurusan : Perbankan Syariah
Universitas : UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten

Adalah benar mahasiswa/i tersebut telah melakukan Penelitian di PT Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Karawaci Mutiara pada tanggal 15 Agustus 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 13 September 2022

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk
KCP Tangerang Karawaci Mutiara



BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Tangerang Karawaci Mutiara

Irni Destriana
Branch Operation Service Manager

LAMPIRAN IV
Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Sosialisasi Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Karawaci Mutiara”

Angket ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi Bank Syariah terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Karawaci Mutiara. Peneliti sangat mengharapkan partisipasi dan kerjasama dari rekan-rekan untuk mengisi atau menjawab setiap pertanyaan yang diajukan dalam angket. Semua informasi yang diberikan dalam angket ini akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis. Atas perhatian dan kerjasamanya, peneliti ucapkan terima kasih banyak.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
Usia :
Pekerjaan : PNS / Wirasusaha / Pegawai Swasta / Ibu Rumah Tangga / Mahasiswa / Lain-lain

PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan lengkap yang menurut rekan-rekan paling tepat mengenai sosialisasi dan minat nasabah. Jawaban terdiri dari:

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 3 = Ragu (R)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

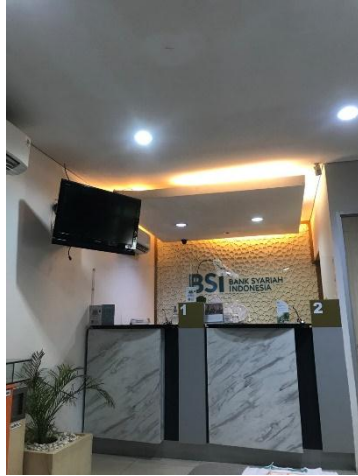
No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Sosialisasi: Memahami, Menghayati, Menyesuaikan, Melaksanakan Tindakan						
1	Sosialisasi produk cicil emas memberikan pengertian dan penjelasan mengenai produk cicil emas					
2	Media sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk produk cicil emas mudah dipahami dan mudah diakses di internet					
3	Bahasa yang digunakan dalam media sosialisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk produk cicil emas mudah dimengerti					
4	Pengenalan mengenai keunggulan produk cicil emas dapat meningkatkan minat saya untuk bergabung dalam produk cicil emas					

5	Bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui berbagai media, baik media elektronik maupun media massa meningkatkan keingintahuan saya mengenai produk cicil emas					
6	Banyaknya bentuk sosialisasi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia (BSI) memudahkan saya untuk memahami produk cicil emas					
7	Petugas Bank Syariah Indonesia (BSI) melakukan penawaran terhadap produk cicil emas kepada nasabah					
8	Bank Syariah Indonesia (BSI) melakukan sosialisasi secara aktif melalui berbagai media informasi baik secara audio, visual, maupun audio visual					
Minat: Ketertarikan, Keinginan, Keyakinan						
9	Sosialisasi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk produk cicil emas membuat saya tertarik pada produknya					
10	Saya menjadi tertarik pada produk cicil emas Bank Syariah Indonesia (BSI) setelah mendapatkan sebuah penawaran dari petugas bank mengenai produk cicil emas					

11	Saya selalu mencari informasi lebih lanjut mengenai produk perbankan setelah mendapat/melihat media sosialisasi.					
12	Keinginan saya untuk bergabung dengan produk cicil emas meningkat setelah saya mendapatkan sosialisasi dari Bank Syariah Indonesia (BSI)					
13	Berbagai bentuk sosialisasi produk cicil emas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) membuat saya memiliki keinginan untuk bergabung pada produk cicil emas					
14	Banyaknya sosialisasi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia (BSI) mengenai produk cicil emas semakin meyakinkan saya untuk bergabung dengan produk cicil emas					
15	Saya yakin pada produk cicil emas Bank Syariah Indonesia (BSI) setelah mendapatkan sosialisasi mengenai produk cicil emas					

LAMPIRAN V

Dokumentasi Lokasi dan Penyebaran



LAMPIRAN VI
DATA HASIL KUESIONER

No	Sosialisasi (X)								Total
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	4	5	5	5	5	5	39
3	3	2	4	2	4	3	2	3	23
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	3	3	2	2	3	2	2	20
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	3	4	5	3	4	4	3	4	30
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	5	5	5	3	5	5	4	4	36
11	5	4	5	4	4	5	5	5	37
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	4	5	4	3	3	3	3	4	29
14	5	4	4	5	5	5	5	5	38
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	4	5	4	4	5	4	4	5	35
17	4	4	4	3	4	3	4	3	29
18	4	5	4	4	4	4	4	4	33
19	4	3	4	5	3	4	5	4	32
20	4	4	5	4	4	5	4	5	35
21	5	5	5	4	5	5	5	5	39
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	4	5	4	4	5	4	4	5	35
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	5	4	4	4	3	4	4	4	32
27	4	5	5	5	5	5	5	3	37
28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
29	5	4	5	4	4	4	4	4	34
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	3	4	4	3	5	3	3	3	28
32	4	4	5	5	5	5	5	5	38
33	4	4	5	4	5	4	4	5	35

9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	5	4	5	4	4	5	4	31
11	5	5	4	5	4	5	4	32
12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	5	5	4	4	3	5	5	31
14	4	5	5	5	5	5	4	33
15	5	5	5	5	5	5	5	35
16	5	4	3	4	4	3	3	26
17	3	3	4	4	3	3	3	23
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	5	4	3	4	4	4	4	28
20	4	4	5	4	4	5	4	30
21	4	5	5	4	5	5	5	33
22	5	5	3	5	5	5	5	33
23	4	5	4	4	5	5	4	31
24	5	5	5	5	5	5	5	35
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	4	4	3	4	4	3	4	26
27	3	5	5	5	5	5	5	33
28	3	3	3	3	3	3	3	21
29	4	3	4	4	5	4	5	29
30	3	3	4	3	4	3	4	24
31	3	3	3	3	3	3	4	22
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	4	4	4	1	1	1	3	18
34	3	4	3	4	3	3	4	24
35	3	3	5	3	3	3	4	24
36	5	3	3	4	4	4	4	27
37	3	3	2	3	3	4	4	22
38	3	3	3	3	3	3	3	21
39	4	5	5	4	4	5	5	32
40	3	3	4	4	4	4	5	27
41	4	4	3	4	5	4	4	28
42	3	3	3	3	4	4	4	24
43	3	3	4	4	3	4	5	26
44	3	2	3	2	2	2	3	17

45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	4	4	4	4	4	4	4	28
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	4	3	4	3	4	4	26
49	3	3	3	3	2	3	3	20
50	4	5	3	3	4	4	5	28
51	4	5	4	5	5	5	5	33
52	3	2	3	3	2	2	2	17
53	2	2	3	1	1	1	1	11
54	3	3	3	3	3	3	3	21
55	3	4	2	2	2	2	2	17
56	3	4	3	3	4	4	4	25
57	3	4	2	3	3	3	4	22
58	3	3	4	3	3	3	3	22
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	5	5	5	5	5	5	5	35
61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	4	4	4	3	3	4	4	26
63	5	5	5	3	3	3	4	28
64	5	5	5	5	5	5	5	35
65	3	3	4	4	5	5	5	29
66	4	5	5	5	5	5	5	34
67	5	4	5	3	3	3	3	26
68	5	5	5	3	2	1	3	24
69	3	3	5	4	4	4	4	27
70	3	2	2	3	3	4	4	21
71	4	4	3	5	5	5	5	31
72	4	3	3	2	2	2	3	19
73	5	5	5	3	3	3	3	27
74	3	3	3	3	3	4	4	23
75	2	2	3	5	5	5	5	27
76	4	3	4	3	3	3	3	23
77	4	4	5	4	4	4	5	30
78	3	3	4	5	5	5	5	30
79	4	4	4	5	5	5	5	32
80	5	5	5	5	5	5	5	35

81	5	5	5	3	3	3	3	27
82	5	5	5	2	2	2	3	24
83	3	3	3	3	3	3	3	21
84	3	3	3	5	4	5	4	27
85	3	3	3	5	5	5	5	29
86	4	4	5	5	4	5	4	31
87	5	5	5	3	3	4	5	30
88	5	5	4	5	5	5	5	34
89	4	4	4	5	5	5	5	32
90	5	5	5	5	4	5	4	33
91	5	5	5	5	5	5	5	35
92	4	4	4	3	3	3	3	24
93	5	5	5	5	5	5	5	35
94	3	3	4	4	4	3	3	24
95	4	5	4	3	3	3	3	25
96	3	3	3	2	2	3	4	20
97	3	3	4	3	3	2	4	22
98	3	3	2	5	5	5	5	28
99	3	3	2	5	5	5	5	28
100	5	5	5	5	5	5	5	35

LAMPIRAN VII

Hasil Uji Validitas

Sosialisasi (X)

		Correlations								
		SOS_1	SOS_2	SOS_3	SOS_4	SOS_5	SOS_6	SOS_7	SOS_8	TOTAL
SOS_1	Pearson Correlation	1	.586**	.595**	.708**	.457**	.555**	.600**	.482**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SOS_2	Pearson Correlation	.586**	1	.612**	.559**	.578**	.546**	.579**	.480**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SOS_3	Pearson Correlation	.595**	.612**	1	.508**	.619**	.717**	.620**	.603**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SOS_4	Pearson Correlation	.708**	.559**	.508**	1	.654**	.694**	.734**	.543**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SOS_5	Pearson Correlation	.457**	.578**	.619**	.654**	1	.692**	.642**	.591**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SOS_6	Pearson Correlation	.555**	.546**	.717**	.694**	.692**	1	.789**	.678**	.870**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SOS_7	Pearson Correlation	.600**	.579**	.620**	.734**	.642**	.789**	1	.772**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.482**	.480**	.603**	.543**	.591**	.678**	.772**	1	.795**
SOS_8	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.766**	.754**	.798**	.836**	.801**	.870**	.889**	.795**	1
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

MINAT_7	Pearson Correlation	.335**	.434**	.304**	.749**	.795**	.838**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.676**	.746**	.620**	.862**	.861**	.864**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

LAMPIRAN VIII

 R_{tabel} dan T_{tabel}

Tabel Nilai-nilai r Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	38	0,320	0,413
4	0,950	0,990	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,798	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,380
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,279	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,330
18	0,468	0,590	65	0,244	0,317
19	0,456	0,575	70	0,235	0,306
20	0,444	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,220	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278
23	0,413	0,526	90	0,207	0,270
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256
26	0,388	0,496	125	0,176	0,230
27	0,381	0,487	150	0,159	0,210
28	0,374	0,478	175	0,148	0,194
29	0,367	0,470	200	0,138	0,181
30	0,361	0,463	300	0,113	0,148
31	0,355	0,456	400	0,098	0,128
32	0,349	0,449	500	0,088	0,115
33	0,344	0,442	600	0,080	0,105
34	0,339	0,436	700	0,074	0,097
35	0,334	0,430	800	0,070	0,091
36	0,329	0,424	900	0,065	0,086
37	0,325	0,418	1000	0,062	0,081

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung