ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MUSLIM DI YOGYAKARTA TERHADAP LAYANAN BANK SYARIAH

ANALYSIS ON THE FACTORS DETERMINING THE INTEREST OF MOSLEM STUDENTS IN YOGYAKARTA IN THE SERVICE OF SHARIA BANKS

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan guna memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam

ACC Munaqasah
10 November 2021

Siti Latifah Mubasiroh

Oleh:

RATIE DWI INDAH PUTRI

17423074

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2021

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Ratie Dwi Indah Putri
Nim	: 17423074
Program Studi	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Muslim Terhadap Layanan Bank Syariah (Studi Kasus Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlakuk Universitas Islam Indonesia

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 10 November 2021



Ratie Dwi Indah Putri

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Ratie Dwi Indah Putri

NIM : 17423074

Judul Skripsi : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Muslim di Yogyakarta Terhadap Layanan Bank Syariah

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 November 2021



Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd., M.Pd.

LEMBAR PENGESAHAN

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM
Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511 / (0274) 898462
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Senin
Tanggal	:	6 Desember 2021
Nama	:	RATIE DWI INDAH PUTRI
Nomor Mahasiswa	:	17423074
Judul Skripsi	:	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Muslim di Yogyakarta Terhadap Layanan Bank Syariah

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

TIM PENGUJI:

Ketua
Rakhmawati, S.Stat, MA (.....)

Penguji I
Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I (.....)

Penguji II
Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I. (.....)

Pembimbing
Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd, M.Pd. (.....)

Yogyakarta, 6 Desember 2021
Dekan,

Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA,

NOTA DINAS

Yogyakarta 7 Juni 2021 M

26 Syawal 1442 H

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor 675/Dek/60/DAATI/FIAI/VI/2021 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara :

Nama : Ratie Dwi Indah Putri
NIM : 17423072
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Muslim di Yogyakarta Terhadap Layanan Bank Syariah

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Skripsi Saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan ke Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang di maksud.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 10 November 2021
Dosen Pembimbing



Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd., M.Pd.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Sujud syukur kepada Allah SWT dan sholawat berserta salam yang selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Ku bersyukur kepada Allah SWT, Engkau memberikan kesempatan kepada saya untuk bisa sampai ditahap ini, segala puji bagi-Mu Ya Allah. Sebuah karya kecil yang saya susun dengan jerih payah ini, saya persembahkan kepada :

Kedua orang tua, Papa Ridwan Ahim dan Mama Aminah yang telah memberikan kasih sayang, segala bentuk dukungan, semangat dan cinta yang tak terhingga dan tidak mungkin dapat kubalas dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan ini. Terima kasih atas segala pengorbanan dan jerih payahnya selama ini sehingga saya bisa sampai pada titik ini. Semoga papa dan mama selalu dalam lindungan Allah SWT, diberikan kesehatan, umur yang panjang, dilancarkan selalu dalam mencari rezeki yang berkah. Aamiin.

Teruntuk orang spesial dan sahabat-sahabat saya abang saya Adie, kakak saya Nintha, adik saya Mirza, sahabat saya Jufani, Ghitha, Pipeh, Mita, Fakhri dan teman-teman lain yang selama ini telah membantu serta memberikan semangat dalam berjuang menuntut ilmu. Serta senantiasa berada di samping saya pada saat suka maupun duka.

Kemudian teruntuk Dosen Pembimbing saya, ibu Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd., M.Pd. yang begitu baik dan sabar dalam membimbing para mahasiswanya. Terima kasih banyak saya ucapkan kepada ibu yang telah memberikan waktu, ilmu, bimbingan serta menemani saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Tentunya semua ini akan sangat berguna untuk menemani langkah saya ke depannya. Tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada dosen yang ada di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang sudah memberikan berbagai ilmu dan kesabarannya dalam membimbing saya selama ini.

MOTTO

"Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya."

(QS Ali Imran: 159)

"If you can be extraordinary, why ordinary"

(Martini Dwi Pusparini)

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MUSLIM DI YOGYAKARTATERHADAP LAYANAN BANK SYARIAH

Ratie Dwi Indah Putri

17423074

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa muslim terhadap layanan bank syariah. Data yang dipakai adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Sampel diperoleh sebanyak 150 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode analisis linear berganda. Adapun hasil penelitian dari Uji t parsial yaitu : 1) pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan Bank Syariah dengan mendapatkan nilai Sig. 0,001 < 0,05. 2) lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan Bank Syariah dengan mendapatkan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Pada uji F (simultan) menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen dan lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan Bank Syariah. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 36,2% yang artinya 36,2% variasi pada minat mahasiswa muslim terhadap layanan Bank Syariah dipengaruhi oleh 2 variabel independen yaitu pengetahuan konsumen (X1), dan lokasi (X2).

Kata Kunci : minat, pengetahuan konsumen, lokasi, layanan bank syariah

ABSTRACT

ANALYSIS ON THE FACTORS DETERMINING THE INTEREST OF MOSLEM STUDENTS IN YOGYAKARTA IN THE SERVICE OF SHARIA BANKS

Ratie Dwi Indah Putri

17423074

This study aims to analyze the factors determining the Muslim students' interest in Islamic banking services. The data used were primary data using a questionnaire and the population in were the students of UII (Indonesian Islamic University), Yogyakarta Muhammadiyah University, and Sunan Kalijaga State Islamic University. 150 respondents were involved as the sample. This is a quantitative research using non-probability sampling technique and multiple linear analysis method. The results of partial t-test showed that (1) consumer knowledge had a significant effect on Muslim students' interest in using Islamic Bank services with the Sig value of 0.001 < 0.05; (2) location had a significant effect on the interest of Muslim students in using Islamic Bank services with the Sig value of 0.000 < 0.05. F test showed that consumer knowledge and location simultaneously affected the interest of Muslim students in using Islamic banking services. The coefficient of determination (R2) was 36.2%, meaning that 36.2% of the variation in Muslim student interest in Islamic banking services was determined by 2 independent variables:consumer knowledge (X1) and location (X2).

Keywords: *interest, customers' knowledge, location, service of sharia banks*

December 15, 2021
TRANSLATOR STATEMENT
The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 168 Tahun 1987

Nomor : 0643b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonemena konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	`ain	`	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dommah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut :

Tabel 0.3 Transliterasi Vokal Rangkap

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَـْ	Fathah dan Ya	AI	a dan i
...وَـْ	Fathah dan Wau	AU	a dan u

Contoh :

كَتَبَ	kataba
فَعَلَ	fa'ala
سُئِلَ	suila
كَيْفَ	kaifa
حَوْلَ	haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Tabel 0.4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ىَ...	Fathah dan alif atau Ya	Ā	a dan garis diatas
ىِ...	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis diatas
وُ...	Dammah dan Wau	Ū	u dan garis diatas

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu :

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh :

- رَوْضَةُ ا لَطْفَال raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِيْ نَةُ الْمُنَ وَّرَةَ al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ Talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.
Contoh :

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas :

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan

bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh :

- الرَّجُلِ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.
Contoh :

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْ ئ syai'un
- النَّ وْء an-nau'u
- إِنَّ Inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ — Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
  Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا — Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- اَلْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
  Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

- للهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR



الحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ العَالَمِيْنَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الأَنْبِيَاءِ وَالمُرْسَلِيْنَ

نَبِيِّنَا وَحَبِيْبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ أَجْمَعِيْنَ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإَ حْسَا نٍ إِلَى يَوْمِ الدِّيْنِ، أَمَا بِعْدُ

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puja dan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Muslim di Yogyakarta terhadap Layanan Bank Syariah"** dengan baik. Sholawat serta salam tidak lupa agar senantiasa selalu tercurah kepada Nabi Muhammadiyah SAW, segenap keluarga, para sahabat dan umatnya, semoga keselamatan bersamanya akan selalu menyertai bagi hamba-Nya, Aamiin. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Selam proses penyususnan skripsi ini tentunyatidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, dengan selalu memberikan nasihat, kritik dan saran bagi penulis. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk dapat menuntut ilmu sebagai mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukkarom, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Dra. Ramhani Timorita Yulianti, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Soya Sobaya, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

5. Ibu Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sangat sabar dan selalu semangat dalam memberikan banyak sekali bimbingan dan arahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, terima kasih atas waktu dan tenaga yang telah diberikan.
6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan berbagai ilmu serta pengalaman yang sungguh bernilai bagi penulis, semoga ilmu yang telah disalurkan dapat bermanfaat di dunia dan akhirat.
7. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia dan masyarakat Kabupaten Sleman yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat melakukan kegiatan penelitian.
8. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan saya hormati, yang selalu melimpahkan kasih sayang, cinta dan doa tulus kepada peneliti, serta memberikan motivasi dan dukungan materi kelancaran penulisan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan, motivasi, doa dan kasih sayang.
9. Teman-teman lainnya dan semua pihak yang banyak membantu dalam proses penulisan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Penulis menyadari jika skripsi yang disajikan ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan pada pembaca.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Yogyakarta, 09 November 2021
Penyusun



Ratie Dwi Indah Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
REKOMENDASI PEMBIMBING iii
LEMBAR PENGESAHAN iv
NOTA DINAS v
LEMBAR PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
ABSTRACT ix
PEDOMAN TRANSLITERASI x
KATA PENGANTAR xviii
DAFTAR ISI xx
DAFTAR TABEL xxii
DAFTAR GAMBAR xxiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Sistematika Penulisan 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8
A.Telaah Pustaka 8
B. Kerangka Teori 13
1. Teori Perbankan 13

2. Teori Minat 20
C. Pengembangan Hipotesis 25
D. Kerangka Berpikir 28
BAB III METODE PENELITIAN 29
A. Desain Penelitian 29
B. Lokasi Penelitian 29
C.Waktu Pelaksanaan Penelitian 30
D. Subjek dan Objek Penelitian 30
E. Populasi dan Sampel 30
F. Sumber Data 31
G. Teknik Pengumpulan Data 32
H. Defenisi Operasional Variabel 32
I. Instrumen Penelitian yang Digunakan 34
J. Teknik Analisis Data 36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 43
A. Hasil Penelitian 43
B. Pembahasan 57
BAB V PENUTUP 60
DAFTAR PUSTAKA 62
DAFTAR LAMPIRAN 67
RIWAYAT HIDUP 93

DAFTAR TABEL

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan x
Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal xii
Tabel 0.3 Transliterasi Vokal Rangkap xii
Tabel 0.4 Transliterasi Maddah xiii
Tabel 2.1 Perkembangan Perbankan Syariah Dari Tahun 1940-1980 14
Tabel 2.2 Perbandingan Bank Konvensional dan Bank Syariah 19
Tabel 3.1 Operasional Variabel 32
Tabel 3.2 Skala Likert 35
Tabel 3.3 Uji Validitas PK 37
Tabel 3.4 Uji Vliditas L 37
Tabel 3.5 Uji Validitas M 38
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas 39
Tabel 4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43
Tabel 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Usia 43
Tabel 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Jurusan 44
Tabel 4.4 Memiliki Rekening Bank Konvensional dan Syariah UII 45
Tabel 4.5 Memiliki Rekening Bank Konvensional dan Syariah UMY 46
Tabel 4.6 Memiliki Rekening Bank Konvensional dan Syariah UIN 47
Tabel 4.7 Statisik Deskriptif 48
Tabel 4.8 Kategorisasi Variabel 49
Tabel 4.9 Kategorisasi Pengetahuan Konsumen 50
Tabel 4.10 Kategori Lokasi 51
Tabel 4.11 Kategori Minat 51
Tabel 4.12 Uji Normalitas 52
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas 53
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas 54
Tabel 4.15 Regresi Linier Berganda 54
Tabel 4.16 Sumber: Data primer diolah 55
Tabel 4.17 Uji F 56
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi 56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 28

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (OJK, n.d.).

Bank merupakan lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan utama (Reza, 2017).

Kegiatan pada perbankan selalu terikat oleh komoditas lain, antara lain yaitu: (1) menjadi tempat untuk para nasabah menyimpan uang dengan aman, (2) membeli dan menjual surat-surat berharga, (3) menjadi perantara antara nasabah satu dengan yang lain dalam bertransaksi, seperti mentransfer uang dan lain sebagainya, (4) memindahkan uang, (5) memberi jaminan bank. Maka dari hal tersebut kegiatan bank akan berjalan dengan adanya nasabah yang menggunakan produk bank, maupun jasa-jasa yang terdapat pada bank.

Kata bank berasal dari bahasa Italia yaitu BANCO yang berarti bangku atau meja. Lalu pada abad ke-12 kata *banco* merujuk pada meja, *counter* atau tempat penukaran uang (*money changer*). Dengan demikian, fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (Soemitra, 2016). Menurut (Dayyan et al., 2017) bangku di sini dimaksudkan sebagai meja operasional para bankir jaman dahulu dalam melayani seluruh nasabahnya. Kemudian istilah tersebut

menjadi popular dengan sebutan BANK. Pada sejarah bank konvensional mulai dikenal sejak tahun 1587, yang bernama Banco deila Pizza di Rialto terletak di Venesia. Bank konvensional pertama ini dianggap sebagai awal mula perkembangan perbankan modern dengankeutamaan yaitu bunga (*interest*).

Perbankan yang pada mulanya berada di Eropa mulai menyebar ke belahan penjuru dunia seperti, ke Asia Barat. Perbankan tersebut dibawa kepada daerah jajahan suatu negara ke negara lainnya. Di ndonesia salah satu bank yang didirikan pada masa jajahan Belanda yaitu De Javasche Bank.

Bank Syariah didirikan dengan maksud untuk mengembangkan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam setiap transaksinya, yang menjadi pertanyaan selanjutnya ialah bagaimana respon para pelajar tentang adanya perbankan syariah dan apakah mereka berminat untuk mempraktikan konsep syariah (Mujaddid & Nugroho, 2019)

Bank Syariah bukan hanya sekadar tempat untuk menympan uang dengan aman dan bebas bunga, tetapi juga memiliki suatu orientasi untuk kesejahteraan. Karakterisktik bank Syariah adalah sebagai penghapusan riba, pelayanan kepada kepentingan public dan merelisasikan sasaran ekonomi islam, bank Syariah memiliki sifat yang universal hal tersebut merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi, bank Syariah bertindak dengan sangat hati-hatiuntuk melakukan permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, dan penggunaan bagi hasil pada bank Syariah membuat hubungan antara bank dan pengusaha menjadi erat.

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan dengan usaha pokok memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dengan prinsip dasar syariah, demi menyelamatkan umat Islam dari praktek riba. Meskipun terjadi perbedaan pendapat atas hukum bunga bank, tetapi hal ini menjadi salah satu faktor pendorong tumbuhnya bank syariah di negara-negara dengan penduduk masyoritas muslim, termasuk di Indonesia (Rahmawati, 2017).

Sistem bunga yang hadir dalam bank justru membawa masyarakat dalam kesulitan karena terbebani oleh bunga. Dalam mengatasi masalah tersebut, saat ini perbankan di Indonesia mulai mengembangkan sistem transaksi berbasis syariah yang menggunakan bagi hasil (Rahmawati, 2017).

Keuangan syariah di Indonesia telah berkembang lebih dari dua dekade sejak beroperasinya Bank Muamalat Indonesia, sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Perkembangan keuangan syariah telah membuahkan berbagai prestasi, dari makin banyaknya produk dan layanan, hingga berkembangnya infrastruktur yang mendukung keuangan syariah. Bahkan di pasar global, Indonesia termasuk dalam sepuluh besar negara yang memiliki indeks keuangan syariah terbesar di dunia. Namun demikian, pertumbuhan keuangan syariah belum dapatmengimbangi pertumbuhan keuangan konvensional.

Namun apabila dilihat dari setiap jenis produk syariah, hingga akhir Desember 2016, terdapat beberapa produk syariah yang market share-nya di atas 5%, antara lain aset perbankan syariah sebesar 5,33% dari seluruh aset perbankan, sukuk negara yang mencapai 14,82% dari total surat berharga negara yang beredar, lembaga pembiayaan syariah sebesar 7,24% dari total pembiayaan, lembaga jasa keuangan syariah khusus sebesar 9,93%, dan lembaga keuangan mikro syariah sebesar 22,26%. Sementara itu, produk syariah yang pangsa pasarnya masih di bawah 5%, antara lain sukuk korporasi yang beredar sebesar 3,99% dari seluruh nilai sukuk dan obligasi korporasi, nilai aktiva bersih reksa dana syariah sebesar 4,40% dari total nilai aktiva bersih reksa dana, dan asuransi syariah sebesar 3,44%. Selain produk keuangan di atas, saham emiten dan perusahaan publik yang memenuhi kriteria sebagai saham syariah mencapai 55,13% dari kapitalisasi pasar saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Angka-angka tersebut di atas menunjukkan bahwa keuangan syariah Indonesia masih perlu terus dikembangkan sehingga dapat mengimbangi pertumbuhan keuangan konvensional dalam rangka membesarkan industri keuangan secara keseluruhan (Rahmawati, 2017). Tetapi pada kenyataannya pangsa pasar bank konvensional masih lebih besar dibanding bank syariah, itu menandakan bahwa penduduk Indonesia yang mayoritasnya

beragama Islam lebih memilih bank konvensional. Hal tersebutmenjadi tantangan bagi bank syariah karena di tengah kondisi ekonomi global yang belum menentu, menuntut perbankan syariah untuk dapat menghadapi kondisi tersebut dan terlebih lagi bank syariah juga harus bisa bersaing dengan bank konvensional dalam menarik dana murah masyarakat (Rahmawati, 2017).

Indonesia merupakan negara dengan masyarakat muslim terbesar di dunia. Direktur PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) mengatakan bahwa dari 180 juta jiwa jumlah penduduk muslim Indonesia, baru 30,27 juta jiwa yang menggunakan layanan bank syariah. Diantara 180 juta jiwa tersebut termasuk mahasiswa-mahasiswa yang menuntut ilmu di universitas islam. Bank Syariah Indonesia juga menyadari bahwa literasi keuangan bank syariah di Indonesia masih kurang dari 40% dan masih tertinggal dari bank konvensional.

Pada tahun 2017 Bank Syariah Mandiri (BSM) melakukan Kerjasama dengan 7 universitas islam untuk layanan keuangan, kerjasama tersebut dilakukan untuk pemanfaatan layanan serta produk. Perguruan tersebut adalah Universitas Islam Negeri Salatiga, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Jati, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Universitas Muhammadiyah Pontianak, Universitas Islam Indonesia, dan Universitas Sumatera Utara. Atas hal tersebut seharusnya mahasiswa yang menuntut ilmu pada universitas itu tertarik dan berminat untuk menggunakan layanan bank syariah, karena bisa mendapatkan kemudahan.

Pada abad ke 21 ini dapat dikatakan merupakan sebagai abad dimana era milenial dan generasi Z. berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) dalam sensus penduduk 2020 mendapatkan data bahwa, jumlah generasi milenial mencapai 69,90 juta jiwa atau setara dengan 25,87% dan jumlah generasi Z sebanyak 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94%. Generasi milenial dan Z saat ini menyukai hal yang serba cepat dan praktis dalam melakukan transaksi.

Pada peresmian beroperasinya Bank Syariah Indonesia (BSI), Presidan Joko Widodo mengatakan bahwa bank syariah harus mampu menarik generasi milenial

untuk menjadi nasabah, khususnya dengan menggunakan teknologi digital. Dengan begitu mereka tidak hanya selalu mengenal dan menggunakan bank konvensional melainkan juga menggunakan bank syariah. Karena kebanyakan dari generasi tersebut hanya menegtahui bank konvensional.

Hal tersebut menjadi alasan penulis ingin meneliti topik tersebut karena kurangnya minat masyarakat muslim untuk menggunakan layanan bank syariah. Terutama di kalangan muda saat ini dan zaman yang sudah sangat *modern*, ingin serba *instant* dan cepat. Hal tersebut yang membuat penulis ingin mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi masiswa muslim dalam menggunakan layanan perbankan, dan mencari tahu faktor apa yang membuat mahasiswa kurang berminat terhadap layanan bank Syariah.

Penulis akan membandingkan universitas muslim yang ada di Yogyakarta seperti Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Sebagai perbandingan dan melihat bahwa seberapa banyak mahasiswa muslim yang menuntut ilmu di kampus tersebut yang harusnya tahu seperti apa bank syariah dan bank konvensional, alasan apa yang membuat mereka tidak ingin membuat rekening syariah, dan alasan apa yang membuat mereka tertarik dengan bank konvensional.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis bermaksud mengkaji dan melakukan penelitian berjudul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Muslim di Yogyakarta terhadap Layanan Bank Syariah. Penelitian ini dilakukan sebagai kajian penulis untuk mengetahui presepsi mahasiswa muslim terhadap layanan bank syariah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dan identifikasi masalah yang dikemukakan, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen tehadap keputusan mahasiswa muslim untuk menggunakan layanan bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa muslim untuk

menggunakan layanan bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa banyak mahasiswa muslim yang tertarik dengan perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa muslim menggunakan layanan bank syariah.
3. Untuk mengetahui lokasi bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa muslim menggunakan layanan bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat/Kontribusi Praktis

Kontribusi praktis dari penelitian ini adalah mendorong perbankansyariah dalam hal memberikan layanan serta fasilitas kepada nasabahnya, agar banyak masyarakat tertarik dengan keunggulan yang hanya bisa didapatkan pada perbankan syariah. Memberikan suatu terobosan baru untuk menarik minat mahasiswa menabung di perbankan syariah, agar ke depannya bank syariah menjadi lebih maju lagi dan bisa menjadi perbankan nomor satu di Indonesia.

b. Manfaat/Kontribusi Akademis

Kontribusi akademis dari penelitian ini adalah sebagai penemuan acuan perbankan syariah untuk memperbaiki kinerja, layanan, dan fasilitasnya. Menemukan inovasi baru untuk memperbaiki layanan di perbankan syariah.

E. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini di dalamnya terdapat 5 (lima) bab yaitu :

BAB I. Pada bab ini membahas latar belakang masalah yang telah ditentukan dan ditemukan. Di dalam bab ini terdapat lingkup masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian serta manfaat dari tujuan penelitian yang ingin dicapai,

secara singkat juga membahas metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. Pada bab ini terdiri dari dua sub-bab yang berisikan tentang kajian Pustaka serta landasan teori. Kajian pustaka pada bab ini membahas studi-studi sebelumnya yang dapat mendukung penelitian. Landasan teori yang terdapat pada bab ini meliputi berbagai teori yang menjadi penelitian ini, yakni mengenai analisis faktor yang mempengaruhi kurangnya minat mahasiswa muslim terhadap layanan bank syariah.

BAB III. Pada bab ini berisi metode penelitian dan juga mendeskripsikan desain penelitian, objek penelitian, asal data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang dipakai untuk mendapatkan hasil penelitian.

BAB IV. Pada bab ini terdapat hasil analisis dan pembahasan, yang disalamnya memaparkan tentang keseluruhan analisis data yang sudah dilaksanakan. Data yang diuji dan dikaji akan dibahas secara mendalam, kemudian dilaksanakan analisis terhadap variabel yang mempengaruhi.

BAB V. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan yang didapat dari keseluruhan penelitian, serta saran-saran yang diberikan kepada penulis selanjutnya, universitas dan lembaga bank syariah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis menemukan judul yang serupa di dalam sebuah jurnal. Namun tempat penelitian berbeda, selain itu penulis menemukan beberapa literatur atau penelitian yang mengkaji kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah, sebagai berikut:

Penelitian yang disusun oleh Andespa (2017) dengan judul *"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasbah Dalam Menabung Di Bank Syariah"* Tema penelitian ini adalah lembaga keuangan dan perbankan. Penelitian dilakukan di Sumatera Barat. Tujuan penelitian adalah untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menyimpan uang di bank-bank Islam. Penelitian menggunakan analisis faktor. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 250 nasabah. Hasil penelitian, ada 4 faktor yang terdiri dari16 variabel yang memiliki nilai di atas 0,5, yaitu: Faktor 1 (Umur dan Siklus Hidup, Keyakinan dan Sikap, Motivasi, Kepribadian dan Konsep Diri, Gaya Hidup dan Pembelajaran), Faktor 2 (Persepsi, Grup Referensi, Kelas Sosial, Perandan Status), Faktor 3 (Produk, Harga, Promosi dan Tempat), Faktor 4 (Budaya dan Keluarga) (Andespa, 2017).

Penelitian yang disusun oleh Fahriansah, dan Juprianto (2017) denganjudul "Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning)" Perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini sedang mengalami kemajuan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya Bank Konvensional yang mulai membuka Unit Usaha Syariah. Namun perkembangan Bank Syariah tersebut belum mampu mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah. Kondisi tersebut terjadi di Gampong Pondok Kemuning yang seluruh masyarakatnya beragama Islam. Akan

tetapi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah masih rendah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem sosialisasi yang dilakukan oleh bank syariah di Gampong Pondok Kemuning dan untuk mengetahui minat masyarakat muslim Gampong Pondok Kemuning untuk menjadi nasabah pada bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian adalah masyarakat Gampong Pondok Kemuning. Sampel penelitian ini sebanyak 10 orang dengan menggunaka metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Metode analisis yang digunakan adalah kualitatif deskriptif Hasil dari penelitian menunjukan bahwa sosialiasi belum pernah dilakukan secara langsung oleh pihak bank kepada masyarakat di Gampong Pondok Kemuning, pendekatan dan penawaran produk yang dilakukan oleh Bank Syariah masih kurang. Minat masyarakat Gampong Pondok Kemuning disebabkan oleh sosialisasi, penawaran produk, pengetahuandan pendapatan yang diperoleh masyarakat (Dayyan et al., 2017).

Penelitian yang disusun oleh Nur Rahmawati, Kafid dan Wijaya (2017) dengan judul "Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah" Sejak 1992 grafik perkembangan Bank Syariah di Indonesia terus naik. Bertambahnya jumlah Cabang Bank Syariah di seluruh daerah menjadi indikatornya. Tetapi jika dilihat dari jenis pembiayaan yang ditawarkan Bank Syariah, minat masyarakat khususnya masyarakat Muslim untuk menggunakannya tergolong rendah dibanding pada Bank konvensional.Masyarakat di lingkungan Perguruan Tinggi Islam, yang menjadi fokus dari studi ini pun lebih banyak yang memilih menggunakan produk pembiayaan di Bank konvensional dibanding Bank Syariah. Ada beberapa faktor yang menjadi penyebabnya, seperti lingkungan, biaya, produk, proses, pesaing, *personal trait (People)*, *promotion*, *margin*, minat individu. Dari hasil uji *Confirmatory Factor Analysis* data menunjukkan bahwa setiap indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukan baik dan dalam dimensi terpadu. Artinya, seluruh faktor tersebut memang riil mempengaruhi keputusan masyarakat untuk tidak memilih produk pembiayaan yang ditawarkan oeh Bank Syariah di Indonesia (Rahmawati,

2017).

Penelitian yang disusun oleh Mujaddid dan Adi Nugroho (2019) dengan judul "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah" Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi pelajar SMK perbankan syariah berminat menabung dibank syariah. Berdasarkan analisis sampel berjumlah 72 responden di SMKN 20 Jakarta, SMK Al-Hasra Depok, dan SMK Muhammadiyah 1 Ciputat dengan menggunakan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, reputasi, lingkungan, dan religiusitas dapat menjelaskan variabel minat menabung sebesar 51,9 persen. Dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa variabel Reputasi dan variabel Religiusitas memiliki signifikansi 0,019 dan 0,000 yang berarti variabel reputasi dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung pelajar di bank syariah. Hasil temuan ini dapat memberikan peluang kepada bank syariah untuk meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat muslim yang belum mengetahui bank syariah salah satunya dengan mendukung kegiatan islami seperti pengajian, majelis taklim serta mengedukasi para ustadz tentang bank syariah agar dapat membantu mensosialisasikan dan mengkampanyekan gerakan menabung di bank syariah (Mujaddid & Nugroho, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Silalahi dan Sultani (2020) dengan judul "Pengaruh Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Mahasiswa FKIP Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah Menabung di Bank Syariah". Penelitian ini besifat kuantitatif dan penelitian lapangan menggunakan data primer. Data dieroleh secara langsung dengan memberikan kuesioner kepada responden. Populasi pada penelitian ini adalah seluruhmahasiswa FKIP UMN Al-Washliyah semester V (lima) dengan jumlah sampel sebanyak 45 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu metode sampel jenuh/sensus berdasarkan ketersedian data sesuai variable penelitian, dimana semua anggota populasi menjadi sampel. Analisis yang digunanakan dalam penelitian ini regresi

linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21. Uji hipotesis menunjukkan bahwa variable pelayanan, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap kurangnya minat mahasiswa FKIP Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah menabung di Bank Syariah. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa nilai uji F di peroleh Fhitung > Ftabel dengan nilai Fhitung sebesar 32,267 dan nilai F table sebesar 2,84. Hal ini menyatakan bahwa H0 di terima yang berarti bahwa secara bersamaan variable pelayanan, lokasi dan minat berpengaruh terhadap kurangnya minat mahasiswa menabung di bank syariah. Sedangkan R square di peroleh nilai 0,702, yang berarti bahwa variabel bebas pelayanan, lokasi dan promosi mempengaruhi variabel kurangnya minat mahasiswa menabung di bank syariah sebesar 70,2% sedangkan sisanya yaitu sebesar 29,8% di pengaruh oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Nopitasari (2017) dengan judul "Pengaruh Lokasi, Produksi, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah". Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Untuk variabel dependen (Y) dari penelitian ini adalah keputusan menabung nasabah. Untuk variabel independen (X) meliputi : lokasi (X1), produk (X2), reputasi (X3), dan pelayanan (X4), Untuk metode analisis data dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda. Sedangkan untuk olah data dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah. Sedangkan Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Nuraeni dan Umaryati (2018) dengan judul "Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Islam Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 33 orang mahasiswa dan dilakukan selama lima bulan dari bulan Agustus sampai dengan bulan Desember 2017. Data hasil penelitian dari angket diolah dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah itu melakukan uji normalitas dan uji

linieritas (uji prasyarat) kemudian uji korelasi. Selanjutnya melakukan pengujian hipotesis: (Ha) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara pembelajaran Ekonomi Islam terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, sedangkan (Ho) Tidak terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara pembelajaran Ekonomi Islam terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah. Analisis dilakukan terhadap semua data yang diperoleh dengan bantuan program SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembelajaran Ekonomi Islam terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah khususnya pada mahasiswa IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta memiliki pengaruh yang positif, berdasarkan tabel anova, diperoleh nilai Sig. = 0,027 yang berarti < taraf signifikansi (0,05) atau Ho ditolak, di mana persamaan regresinya Y = 14,186 + 0,289X adalah signifikannya dan berpola linear yang berarti jika pemahaman tentang bank syariah dalam pembelajaran Ekonomi Islam bertambah satu satuan maka minat menabung di bank syariah meningkat senilai 28,9%.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdilla Reza (2017) dengan judul "Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Payment Point UIN Raden Intan Lampung)". Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*feld research)*, yang bersifat *asosiatif* yaitu penelitian yang memiliki sifat hubungan anatara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswaa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2013-2016 berjumlah 2597 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan *proportionate stratified random sampling* yang didapat sampel 100 orang, serta alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS 16.0. Hasil penelitian ini diketahui dengan uji t bahwa fasilitas berpengaruh positif dan sugnifikan terhadap minat transaksi di Bank Syariah dengan nilai t hitung > t tabelyaitu sebesar 2,366 > 1,98, pada pelayanan berdasarkan uji t bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi di Bank Syariah dengan nilai t > t tabel yaitu sebesar 5,323 > 1,98, pada uji F atau uji serempak menunjukkan bahwa F hitung > F tabel bahwa

fasilitas dan peayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi diBank Syariah dengan 22,373 > 3,09.

B. Kerangka Teori

1. Teori Perbankan

a. Pengertian Perbankan

Perbankan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perbankan memiliki kedudukan yang strategis, yakni sebagai penunjang kelancaran sistem pembayaran, pelaksanaan kebijakan moneter dan pencapaian stabilitas sistem keuangan, sehingga diperlukan perbankan yang sehat, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan (OJK:2016:13) (Mujaddid &Nugroho, 2019).

Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara aman. Di sisi lain, bank berperan menyalurkan dana kepada masyarakat. Pada dasarnya bank mempunyai peran dalam dua sisi, yaitu menghimpun dana secara langsung yang berasal dari masyarakat yang sedang kelebihan dana (surplus unit) dan menyalurkan dana secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dana (deficit unit) untuk memenuhi kebutuhannya (Y. Rahmat Akbar, Pemasaran Terintegrasi Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Menabung di Bank Syariah, 2019).

b. Sejarah Bank Syariah

Perkembangan bank syariah di dunia sebenarnya telah terjadi di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940-an, awal mula upaya penerapan sistem *profit andloss sharing*, hal tersebut dimulai untuk mengelola dana jamaah haji secara non- konvesional. Lalu di Mesir berdiri Mit Ghamr Local Saving Bank pada tahun 1963, merupakan eksperiman pendirian bank syariah paling sukses dan inovatif di masa modern. Kehadirannya disambut hangat oleh masyarakat Mesir, terutama oleh kalangan ekonomi menengah ke bawah. Jumlah deposan banknya meningkat dari 17,560 pada tahun

1963/1964 menjadi 251,152 pada tahun 1966/1967 (Rahmawati, 2017). Selanjutnya pada tahun 1979 Pakistan memplopori perkembangan bank syariah, dengan cara menghapuskan sistem bunga dari operasional tiga institusi yaitu : *national investment, house building finance co,* dan *mutual funds of the investment corporation of pakistan*. Seluruh sistem perbankan Pakistan dikonversimenjadi sistem yang baru yaitu Syariah pada tahun 1985.

Di Benua Asia, khususnya Asia Tenggara, Malaysia merupakan negara pertama yang mendirikan bank yang berdasarkan Syariah islam. Pada tahun 1983 bank Syariah pertama Malaysia terbentuk dengan nama Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB).

Berikut merupakan rangkuman atau berbagai kejadian ataupun perkembangan perbankan Syariah di dunia dari tahun 1940 – 1980 (Khaerul, 2013).

Tabel 2.1 Perkembangan Perbankan Syariah Dari Tahun 1940-1980

Tahun	Keterangan
1940	Rintisan Bank Syariah di Malaysia, untuk mengelola dana jamaah haji secara non-konvensional.
1963	Berdirinya Mit Ghamr Rural Bank, di Mesir oleh Dr. Ahmad Najar.
1967	Mit Ghamr ditutup karena alas an politis dan diambil alih oleh Nasiona Bank of Egypt.
1969	Muncul gagasan kolektif pembentukan Bank Syariah pada konferensi negara-negara islam se-dunia di Malaysia.
1970	Delegasi Mesir mengajukan proposal pendirian Bank Syariah pada siding Menteri luar negeri negara-negara OKI di Karachi
1972	Berdirinya Kembali sistem bank tanpa bunga yang bersifat sosial di Mesir, yaitu Nasser Social Bank.
Maret 1972	Usulan/proposal delegasi Mesir diagendakan Kembali dan memutuskan membentuk komisi khusus menangani masalah ekonomi dan keuangan.

Juli 1973	Para ahli yang mewakili negara islam penghasil minyak membicarakan pendirian bank syariag dan terumuskanlah anggaran dasar dan anggaran rumah tangga.

Di Indonesia, Bank Syariah pertama kali sebenarnya sudah didirikan sebelum muncul UU No. 10 tahun 1998. Mengingat Bank Muamalat Indonesia (BMI) sudah berdiri pada tahun 1992. Meski perkembangannya lamban dibandingBank Syariah di Negara-Negara muslim lainnya, tapi grafik perkembangannya bagus. Pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit Bank Syariah, tapi pada tahun 2005 jumlahnya bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 Bank Umum Syariah dan 17 Unita Usaha Syariah. Sementara jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.5 Data ini menjadi indikator bahwa perbankan syariah mempunyai potensi besar untuk berkembang di Indonesia (Rahmawati, 2017).

Sebenarnya, awal kebangkitan dari Bank Syariah ditandai dengan momentum lahirnya UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, telah memungkinkan bank syaiah beroperasi sepenuhnya sebagai Bank Umum Syariah (BUS) atau dengan membuka UnitUsaha Syariah (UUS). Maka, lahirlah Bank Syariah Mandiri (konversi dari Bank Susila Bakti) serta UUS Bank IFI. Pada akhir tahun 1999 tersebut, total asset banksyariah di Indoenaia baru mencapai Rp 1,2 triliun atau sekitar 0,11% dibandingkan demgam asset bank konvensional (Khaerul, 2013).

Pemerintah Indonesia juga ikut andil dalam memberikan dukungan untuk perkembangan bank Syariah, salah satu dukungan yang cukup signifikan adalah implementasi kebijakan *office channeling,* merupakan dukungan akseleratif pemerintah berupa pengelolaan rekening haji yang dipercayakan kepada bank Syariah, dan hadirnya invenstor-investor baru untuk mendorong pertumbuhanperbankan Syariah.

Pada sejarahnya perbankan Syariah sempat dianggap “kurang gaul” dikalangan masyarakat, maksudnya adalah pelayanan bank Syariah yang belum optimal seperti perbankan konvensional pada masanya. Maka dari itu bank Syariah harus memikirkan kembali bagaimana agar masyarakat mendapatkan kemudahan untuk mengakses layanan perbankan Syariah, hal tersebut tidak akan terjadi jika kurang mengoptimalkan promosi dan edukasi yang memadai tentang perbankan Syariah itu sendiri.

c. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan dengan usaha pokok memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dengan prinsip dasar syariah, demi menyelamatkan umat Islam dari praktek riba. Meskipun terjadi perbedaan pendapat atas hukum bunga bank, tetapi hal ini menjadi salah satu faktor pendorong tumbuhnya bank syariah di negara-negara dengan penduduk masyoritas muslim, termasuk di Indonesia (Rahmawati, 2017).

Bank syariah merupakan bank yang dalam melaksanakan kegiatannya tidak memberikan layanan yang menggunakan bunga kepada para nasabah. Keuntungan yang diberikan kepada nasabah dan pihak bank sendiri berasal dari perjanjian antara kedua belah pihak, dan tergantung dalam pelaksanaan perjanjian menggunakan akad yang dipilih. Kegiatan yang terlaksana pada bank Syariah harus sesuai dengan aturan hukum islam, dan berlandaskan pedoman pada Al- Quran dan Hadist.

Bank Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan untuk menghimpun dana masyarakat maupun menyalurkan dana tersebut kembali kepada masyarakat berlandaskan pada prinsip-prinsip islam, sehinggabebas dari unsur riba (bunga).

Perkembangan yang terjadi pada perbankan islam merupakan suatu fenomena yang dapat menarik kalangan akademis maupun praktisi dalam kurun waktu 20 tahun terakhir. Hal tersebut telah dikaji oleh IMF

(*International Monetary Fund*) atas praktik perbankan islam dapat menjadi alternative sistem keuangan internasional yang dapat memberikan peluang untuk upayamenyempurnakan sistem keuangan internasional.

Menurut (Khaerul, 2013) sistem perbankan islam, seperti halnya aspek- aspek lain dari pandangan hidup islam, merupakan sarana pendukung untuk mewujudkan tujuan sistemsosial dan ekonomi islam. Beberapa tujuan dan fungsi penting yang diharapkan dari sitem perbankan islam, antara lain :

1) Ekonomi yang makmur dan meluas dengan tingkat kerja yang penuh dan pertumbuhan ekonomi yang optimum.
2) Terdapat keadilan yang merata pada sosial-ekonomi dan distribusi pendapatan.
3) Nilai uang yang stabil untuk memungkinkan alat tukar tersebut menjadi suatu unit perhitungan yang terpercaya, pembayaran yang adil sesuai standar, dan stabil untuk nilai simpan.
4) Investasi tabungan dan juga mobilisasi untuk pembangunan ekonomi dengan menggunakan cara-cara tertentu yang menjamin bagi pihak-pihak yang berkepentingan mendapatkan pengembalian yang adil.
5) Efektivitas pelayanan atas semua jasa yang biasanya diharapkan dari sistem perbankan.

Perkembangan bank syariah ini tentunya harus didukung dengan sumber daya insani yang baik kualitas dan kuantitasnya. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem yang dapat dilakukan oleh lembaga-lembaga pendidikan atau perguruan tinggi, mengingat hanya lembaga pendidikan seperti itulah yang menyediakan SDI (Sumber Daya Insani) dalam jumlah besar (Nuraeni & Umaryati, 2019).

d. Pengertian Bank Konvensional

Bank konvensional adalah bank umum yang beroperasi dengan prinsip konvensional. Prinsip konvensional menggunakan metode menetapkan bunga sebagai harga jual. Bank konvensional dapat didefinisikan seperti pada pengertian bank umum pada pasal 1 ayat 3 Undang-Undang No. 10

tahun 1998 dengan menghilangkan kalimat “dan atau berdasarkan prinsip syariah”, yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dalam menentukan harga dan mencari keuntungan, bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode, yaitu: menetapkan bunga sebagai harga untuk produk simpanan seperti giro, tabungan, maupun deposito. Demikian pula untuk produk pinjamannya (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu. Penentuan harga ini dikenal dengan istilah Spread Based. Untuk jasa-jasa bank lainnya, pihak perbankan menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau prosentase tertentu. System pengenaan biaya ini dikenal dengan istilah Fee Based (Wahyuni & Efriza, 2017).

Terdapat 5 cara untuk mengetahui sistem bunga yang dilakukan oleh bank konvensional yaitu: (1) penentuan suku bunga dibuat pada waktu akad dimana pihak bank yang selalu untung. (2) jumlah uang (modal) mempengaruhi besarnya presentase yang dipinjamkan penentuan suku bunga dibuat pada waktu akad dengan pedoman harus selalu untung pihak bank. (3) pada saat keadaan ekonomi sedang baik tidak membuat jumlah pembayaran mengikat meskipun jumlah keuntungan berlipat. (4) semua agama, termasuk islam meragukan kehalalan bunga. (5) nasabah rugi ataupun untung tetap melakukan pembayaran bunga sesuai dengan perjanjian tanpa pertimbangan proyek yang dijalankan.

Bank konvensional yakni bank yang memberikan service atau jasa lalu lintas pembayaran secara konvensional. Bank konvensional yang di nilai sebagai tujuan yang besar dalam ekonomi di mana kebahagaiannya diukur dengan kemampuan nerkonsumsi (; “; Sofian Muhlisin 2 ; Sahlan Hasbi 3,” 2019).

Tabel 2.2 Perbandingan Bank Konvensional dan Bank Syariah

Konvensional	Syariah
Melakukan investasi yang halal dan haram.	Melakukan investasi yang halal dan sesuai dengan prinsip islam.
Menggunakan perangkat bunga.	Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa.
Profit oriented.	Berorientasi pada keuntungan(profit oriented) dan kemakmuran dan kebahagian dunia akhirat.
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kreditur-debitur.	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan.
Tidak terdapat dewan sejenis.	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.

e. Produk Bank Syariah

Beberapa produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah kepada masyarakat menurut Karim, secara garis terbagi ke dalam empat kategori berdasarkan tujuan penggunaannya. Pertama, financing atau prinsip jual beli yang dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Kedua, funding yang dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpun dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah. Ketiga, jasa dengan tujuan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan (Rahmawati, 2017).

Prinsip fundamental dalam Perbankan Syariah adalah bebas dari bunga. Oleh karena itu Perbankan Syariah menerapkan pola bagi hasil. Penerapan pola pembiayaan usaha dengan prinsip bagi hasil akan

menumbuhkan rasa taggung jawab pada masing-masing pihak. Konsep yang diterapkan adalah hubungan investor yang harmonis sehingga dalam menjalankan kegiatannya semua pihak pada hakekatnya akan memperhatikan prinsip kehati-hatian sehingga memperkecil kemungkinan resiko terjadinya kegagalan usaha (Samsudin, 2017).

Kualitas produk merupakan suatu bentuk dari nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa yang terdapat di bank untuk menyelesaikan masalah, dan nasabah akan memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Benefit ataupun keuntungan yang nasabah dapatkan akan sesuai dengan nilai yang diberikan. Kualitas produk pada perbankan akan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan yang diharapkan oleh nasabah, tentu saja hal ini harus meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah.

Terdapat banyak jenis produk yang ditawarkan oleh setiap perbankan, hal tersebut dapat menjadi perbandingan antara produk bank Syariah dan bank konvensional. Hal ini dapat mempengaruhi minat nasabah untuk mrnggunakan layanan suatu bank. Karena nasabah memilih produk yang paling tepat untuk digunakan.

2. Teori Minat

Pemelihan terhadap sesuatu yang dapat mempengaruhi sikap seseorang merupakan pengertian dari minat. Menurut (Alhifni, 2017) Minat juga dapat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan suatu tindakan, dimana dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku dari tindakan tersebut, minat menabung juga dapat diasumsikan sebagai minat beli dimana merupakan perilaku yang muncul karena respon terhadap pembelian.

Minat merupakan rasa (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek staupun aktivitas tanpa ada yang paksaan dari pihak manapun, sehingga menimbulkan rasa ingin mengetahui untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Terdapat

tahapan minat untuk seseorang yang tertarik pada layanan bank Syariah, antara lain:

a. Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah pada bank Syariah.
b. Mempertimbangkan segala hal secara baik sebelum menjadi nasabah.
c. Mengambil keputusan untuk menjadi nasabah.

Salah satu teori yang dapat menjelaskan mengenai minat adalah teori perilaku terencana *(theory of planned behavior)*. Teori perilaku terencana adalah keyakinan-keyakinan yang berpengaruh pada sikap terhadap perilaku tertentu, norma-norma subyektif dan kontrol perilaku yang dihayati. Ketiga komponen ini berinteraksi dan menjadi determinan bagi intensi yang pada gilirannya akan menentukan apakah perilaku yang bersangkutan akan dilakukan atau tidak (Y. Rahmat Akbar, Pemasaran Terintegrasi Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Menabung di Bank Syariah, 2019).

Minat merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumdi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Y. Rahmat Akbar, Pemasaran Terintegrasi Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Menabung di Bank Syariah, 2019).

Minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memberikan stimulasi yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang, suatu barang atau kegiatan atau suatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimulasi oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab suatukegiatan (Azis, 2012).

Dalam ilmu psikologi minat merupakan kecendrungan seseorang untuk memperhatikan dan mengingat sesuatu secara teratur dan terus menerus dengan disertai rasa senang. Minat juga memiliki faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi seseorang untuk memilih hal yang disukai.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat:

a. Faktor Internal merupakan sesuatu yang berasal dari dalam diri seseorang yang membuat dirinya berminat terhadap suatu hal. Faktor internal itu seperti keingintahuan, motivasi, kebutuhan, dan pemusatan perhatian.
b. Faktor eksternal merupakan sesuatu yang berasal dari luar diri individu seseorang, yang membuat dirinya tertarik akan suatu hal. Faktor eksternalitu seperti dorongan dari orang tua, dorongan dari lingkungan.

a. Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan merupakan hasil pernginderaan manusia ataupun bisa disebut dengan hasil pencarian tentang suatu hal. Melalui indera pengelihatan, pendengaran, perciuman, rasa dan raba. Pengetahuan juga dapat didefinisikansebagai informasi yang secara terus menerus diperlukan oleh seseorang untuk memahami suatu pengalaman.

Pengetahuan konsumen tentang bank syariah dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih antara bank konvensional dan bank syariah. jika pemasar berhasil memberikan pengetahuan yang jelas mengenai bank syariah, maka bisa jadi konsumen akan mempertimbangkan memilih jasa bank syariah. Perbankan syariah akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah, disamping faktor penyebab lainnya (Azis, 2012).

Dalam penelitian ini minat beli merupakan minat nasabah untuk menabung di bank syariah. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk melakukan transaksi maupun membuka rekening baru. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut. Prefensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan

perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut (Y. Rahmat Akbar, Pemasaran Terintegrasi Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Menabung di Bank Syariah, 2019).

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam hal minat menabung, hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya (Mujaddid & Nugroho, 2019).

Menurut (Nopitasari, 2017), pengetahuan konsumen juga memberikan dampak dalam keputusan masyarakat untuk memilih suatu model jasa tertentu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan yang ada. Setiap individu yang berada pada satu komunitas pasti memiliki pengetahuan yang berbeda-beda mengenai setiap model jasa yang tersedia, beserta dengan perusahaan jasa tersebut.

Pengetahuan mahasiswa terhadap produk layanan bank Syariah bisa menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi untuk menggunakan jasa perbankan Syariah.

b. Lokasi

Lokasi merupakan tempat untuk pemasaran, produk, harga, dan juga promosi. Lokasi pada pemasaran perusahaan *manufacturing* adalah saluran distribusi dimana produk disediakan untuk terlaksananya perjualan barang maupun jasa.

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan juga pusat pengendalian perbankan. Ada beberapa macam lokasi kantor bank pada praktiknya, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Nopitasari, 2017). Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa lokasi suatu bank dapatberpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk layanannya. Terutama dikalangan mahasiswa yang

tinggal disekitar kampus secara tidak langsung pasti akan memilih bank yang dekat dengan lokasi tempat tinggal, sehingga dengan mudah untuk melakukan suatu transaksi.

Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Lokasi merupakan kunci salah satu kunci sukses untuk suatu perusahaan. Menurut (Dalmi, 2020) Lokasi dimulai dengan pemilihan komunitas, keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik dan sebagainya. Tujuan strategis adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi bisnis yang tepat adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar. Lokasi suatu perusahaan atau kantor cabang bank dapat mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi.

Penentuan lokasi untuk sebuah bank merupakan suatu kebijakan yang harus diambil secara hati-hati. Karena letak dan lokasi kantor bank harus dibangun pada tempat yang strategis, dengan dengan lingkungan tempat tinggal nasabah, dapat dicapai dengan mudah, dekat dengan penyedia tenaga kerja, dan sebaiknya dekat dengan Bank Indonesia. Selain itu, desain bangunan bank harus dipikirkan juga, mulai dari tata letak (*lay out*), bagian luar kantor (*out dor*), dan bagian dalam kantor (*in dor*).

Nasabah harus mesara nyaman dengan tata letak bank. Dimulai saat nasabah memasuki halaman bank, memarkir kendaraannya, keteduhan halaman, keamanan halaman perkir, dan keadaan didalam kantor. Hal tersebut akan menambah rasa senang nasabah.

Menurut (Nopitasari, 2017) penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah kredit, namun selain itu terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi bank, yaitu:

1) Memudahkan pelayanan terhadap nasabah dengan mendekati pencapaiannya (*aksesibilitas*). Bukan hanya jarak, tetapi juga kemudahan untuk menjangkaunya dari transportasi umum, terletak dijalan yang mudah di jangkau dari arah mana saja, termasuk jugakemudahan untuk parkir kendaraan.

2) Memperhatikan kemudahan untuk pemasangan dan penyambungan dengan jejaring teknologi.

3) Menyediakan ruang tunggu yang nyaman sehingga mampu membuat kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa pada bank.

4) Tata letak di dalam kantor harus dapat membuat antrian yang efektif dan efisien. Dukungan penataan udara ruangan, kelapangan lokasi untuk antrian.

Secara umum tujuan lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan dari letak lokasi tersebut. Karena lokasi menjadi salah satu yang dapat mempengaruhi nasabah, di karenakan oleh jarak yang dekat antar rumah nasabah dengan letak lokasi bank, dan juga lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi bangunan yang dapat membuat nasabah nyaman.

C. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori di atas, maka dapat disimpulkan dugaan sementara atau hipotesis penelitian sebeagai berikut:

1. Pengetahuan Konsumen Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Menggunakan Layanan Bank Syariah

Rendahnya minat mahasiswa menabung di bank syariah tentu saja terdapat beberapa faktor yang mendasarinya. Salah satu diantara faktor tersebut adalah pengetahuan.

Pengetahuan merupakan hasil penginderaan manusia atau hasil pengetahuan terhadap objek tertentu. Informasi yang secara terus menerus

diperlukan oleh seseorang untuk memahami pengelaman disebut juga pengetahuan.

Menurut (Dalmi, 2020) pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

a. Pendidikan

Pendidikan menjadi salah satu yang menentukan mudah tidaknya seseorang untuk memahami pengetahuan yang diperoleh. Banyak yang mengakatan jika makin tinggi Pendidikan seseorang maka semakin baik pula pengetahuannya.

b. Pengalaman

Pengalaman merupakan sumber pengetahuan, dengan kata lain pengalaman merupakan guru terbaik. Pengalaman yang dialami individu masing-masing dapat digunakan sebagai upaya untuk memperoleh pengetahuan. Dapat dilakukan dengan cara mengulang Kembali pengalaman yang diperoleh dalam memecahkan permasalaha yang dihadapi pada masa lalu.

c. Informasi

Pengetahuan seseorang dapat berpengaruh dari informasi yang didapatkan. Informasi tidak hanya didapat pada universitas saja tetapi sekarang telah banyak media untuk mendapatkan informasi seperti TV, radio, surat kabar, media sosial dan lain sebagainya. Informasi juga bisa didapatkan dari mendengar cerita pengalaman orang lain.

Maka dari itu pengetahuan mahasiswa sangat penting terutama mengenai bank syariah. Terlebih mahasiswa yang menuntut ilmu di perguruan tinggi muslim dimana telah mengetahui dasar-dasar dari perbankan syariah**.**

Berdasarkan teori dan penelitian literatur di atas, bisa dirumuskan hipotesis bahwa :

H1 : Pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa muslim pada layanan bank syariah.

2. Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Menggunakan Layanan Bank Syariah

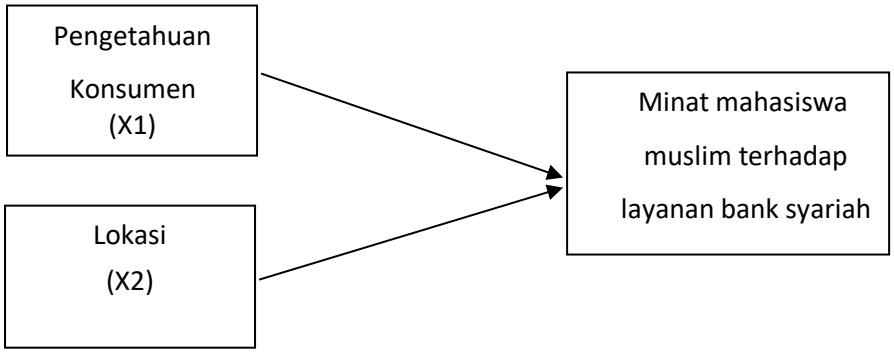
Lokasi merupakan tempat beradanya sebuah perusahaan untuk beroperasi. Tujuan strategis adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen (Dalmi, 2020).

Lokasi perusahaan harus ditempat dengan potensi pasar yang besar. Menurut (Dalmi, 2020) Lokasi suatu perusahaan atau kantor cabang bank dapat mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi. Lokasi merupakan salah satu faktor utama bagi konsumen dalam memilih bank. Oleh karena itu penting bagi bank syariah untuk mempertimbangkan lokasi cabang bank dan mesin anjungan tunai mandiri (ATM).

Jika nasabah yang ditargetkan adalah mahasiswa, maka lokasi cabang dan ajungan tunai mandiri (ATM) di universitas harus dipertimbangkan. Umumnya, memiliki beberapa kantor cabang yang berada di sekitar universitas. Sehingga mahasiswa akan lebih memilih untuk menyimpan uang mereka di bank yang dekat dengan universitas atau akomodasi mereka. Oleh karena itu, mahasiswa biasanya memiliki rekening di bank yang ada di kampus mereka. Mereka juga mempertimbangkan apakah bank memiliki mesin ajungan tunai mandiri (ATM) yang terletak di dekatnya. Cabang bank dapat membantu siswa untuk membayar biaya pendidikan mereka dan ditempatkan secara strategis, mesin ajungan tunai mandiri (ATM) yang nyaman dapat memudahkan transaksi keuangan sehari-hari.

H2 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa muslim pada layanan bank syariah.

D. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dasar dari sebuah desain dimulai dari mengidentifikasi alat penelitian, populasi dan sampel, mengumpulkan data, serta, serta menganalisis dengan metode *survey* dan sampelnya adalah mahasiswa dari tiga universitas muslim di Yogyakarta. Penelitian ini termasuk kategori penelitian kuantitatif karena menggunakan data yang berupa angka yang dapat diukur dan diolah sesuai dengan standar statistik. Penelitian kuantitatif digunakan untuk memeriksa ada atau tidaknya hubungan antar variable dependen dan variabel independen, pada penelitian ini variablel independen yang digunakan adalah minat mahasiswa muslim terhadap layanan bank syariah, pengetahuan mahasiswa muslim terhadap bank syariah, dan lokasi bank syariah. Sedangkan dependennya adalah kurangnya minat mahasiswa muslim terhadap layanan bank syariah. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang mewakili pahan positivism, sementara itu penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang mewakili paham naturalistic (fenomenologis), pendekatan kuantitatif digunakan bila seseorang memulainya dengan teori atau hipotesis dan berusaha membuktikan kebenarannya (Mulyadi, 2013).

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantatif deskriptif, selain menggunakan kuesioner untuk mengetahui kecocokan antara hipotesis dengan data, digunakan juga wawancara kepada mahasiswa muslim.

B. Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan maka penelitian ini akan menggunakan kuesioner dan wawancara yang ditujukan kepada mahasiswa Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dengan judul "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Muslim terhadap Layanan Bank syariah (Studi Kasus Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)" dilakukan kurang lebih empat bulan yaitu dari bulan Juni hingga September 2021.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini yaitu mahasiswa dari tiga universitas muslim di Yogyakarta. Dalam penelitian kuantitatif, informan merupakan sumber data dan informasi, maka objek dalam penelitian ini adalah minat, pengetahuan konsumen, dan lokasi. Beberapa objek penelitian tersebut berasal dari subjek mahasiswa Universitas Islam Indonesia, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang memiliki rekening bank syariah dan bank konvensional. Data dari sumber lain seperti data kepustakaan yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang berjumlah 23.000 jiwa, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjumlah 20.761 jiwa, dan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang berjumlah 15.483 jiwa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang

didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *purposive sampling*. Adapun kriteria dan ketentuan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Responden adalah mahasiswa dari tiga universitas muslim di Yogyakarta yang meliputi Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
2. Responden berusia minimal 18 tahun, karena pada rentang usia tersebut responden dinilai aktif dalam berhubungan dengan perbankan.
3. Tidak dan atau memiliki rekening pada bank konvensional.
4. Tidak dan atau memiliki rekening pada bank syariah.

Sedangkan sampel diambil dari populasi yang telah ditentukan. Akan disebar 50 kuesioner untuk masing-masing universitas.

F. Sumber Data

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan jenis data sebagai berikut, yaitu:

1. Data Primer

   Menurut (Alhifni, 2017) data primer adalah data yang dapat diperoleh secara langsung dari sumber yang bersangkutan. Dalam hal ini, penulis dapat memperoleh data secara langsung dari tempat dimana penelitian dilaksanakan. Data dapat berupa kuisioner atau angket yang disebarkan kepada pihak yang akan diteliti. Pada penelitian kuantitatif terdapat beberapa metode pengumpulan data, yaitu survei meliputi survei yang dilakukan melalui telepon, email, dan juga internet.

   Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dari menyebarkan kuesioner melalui google form kepada mahasiswa dari Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiya Yogyakarta, dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Sumber data primer penelitian ini diperoleh berdasarkan jawaban yang telah diisi oleh seluruh responden yaitu mahasiswa dari tiga universitas muslim tersebut.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan metode *non-probability sampling*. Teknik ini mengambil sampel yang tidak memberi peluang ataupun kesempatam sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Pada teknik *non-probability sampling*, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana pada teknik ini penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria dan fenomena sesuai dengan kebutuhan yang diteliti (Sugiyono, 2013).

H. Defenisi Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki 2 variabel independen atau bebas yaitu pengetahuan konsumen (X1), Lokasi (X2). Sedangkan variabel dependen atau terikat yaitu minat mahasiswa muslim terhadap layanan bank syariah (Y).

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Pengetahuan Konsumen (X1)	Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa (dalam hal ini produk dan jasa bank syariah), serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen	Menurut Fajar Mujaddid (2019): Keislaman, islam merupakan agama yang mampu menuntun manusia menuju ke menangan, riba, bagi hasil.

	(Mujaddid & Nugroho, 2019)	
		Lembaga Keuangan Syariah, Dewan Pengawas Syariah (DPS), fatwa Dewan Pengawas Syariah (DPS).
		Kegunaan, produk bank syariah, informasi bank syariah.
Lokasi (X2)	Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai	Menurut Eka Nopitasari (2017) : Transportasi, jarak antar kantor cabang ataupun ATM dari rumah dan universitas.

	Mandiri. Jadi, dapat disumpulkan bahwa lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Nopitasari, 2017)	
		Letak bangunan, kenyamanan dan layanan

I. Instrumen Penelitian yang Digunakan

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan penulis untuk mengukur fenomena alam dan juga sosial yang akan diteliti.

1. Skala Pengukuran

Pada penelitian ini teknik pengukuran data dilakukan dengan menggunakan skala likert. Menurut (Febtriko & Puspitasari, 2018) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Pada penggunaan skala likert terdapat dua bentuk pertanyaan, yaitu bentuk pertanyaan positif untuk mengukur skala positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur skala negatif. Bentuk

jawaban skala liker tantara lain adalah: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Selain itu, jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala liket juga mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Skala likert ini disediakan oleh penulis sebagai alternative responden untuk menjawab soal yang telah disediakan, maka dari itu responden cukup menjawab dengan cara *checklist* jawaban yang sesuai. Berikut alat alternatif yang digunakan:

Tabel 3.2 skala likert

Skor	**Penjelasan**
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

2. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Nopitasari, 2017). Teknik kuesioner digunakan untuk memperoleh data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada respoden mahasiswa Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga untuk mengukur tanggapan responden tentang pengaruh minat, pengetahuan konsumen, dan lokasi terhadap kurangnya minat menggunakan layanan bank syariah.

Angket kuesioner yang digunakan oleh penulis dalam penelitian berisi tiga variable yaitu, variable minat, pengetahuan konsumen dan lokasi terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan bank syariah. Pada setiap poin pertanyaan

dalam kuesioner disusun menggunakan dasar indicator dari masing-masing variable. Setiap indicator disajikan dalam bentuk pertanyaan dalam kuesioner. Sebelum menyusun dan menyebarkan kuesioner penelitian penulis menyusun kisi-kisi angket tersebut terlebih dahulu untuk melihat permasalahan apa saja yang akan dituangkan kedalam angket tersebut.

Selain menggunakan Teknik kuesioner pada penelitian ini juga mewawancarai beberapa mahsiswa dari tiga kampus tersebut, maing-masing satu mahasiswa per satu universitas untuk memperkuat jawaban yang telah didapat dari kuesioner.

J. Teknik Analisis Data

Regresi merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variable. Regresi linier adalah regresi yang variable bebasnya (variable X) berpangkat paling tinggi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis ini digunakan apabila variable bebas lebih dari satu dan untuk mengukur pengaruh dari variable bebas terhadap variable terikat. Analisis ini menggunakan *software* SPSS versi 2.1.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut (Reza, 2017) Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada uji validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan antar objek yang sedang diteliti dengan data yang akan dilaporkan oleh peneliti. Pada tanggal 23 Juni 2021 sampai 26 Juni 2021 penulis melakukan survei kuesioner kepada responden sebanyak 30 orang. Uji validitas ini dilakukan menggunakan korelasi *product moment* yang diolah menggunakan dasar pengambilan keputusan yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table dalam hal pengambilan keputusan yaitu:

- Jika nilai rhitung > rtabel dianggap valid
- Jika rhitung < rtabel dianggap tidak valid

1) Uji Validitas Variabel Pengetahuan Konsumen (X2)

Hasil uji validitas pengetahuan konsumen (X2) untuk 10 pertanyaan diwakili dengan lambing PK1 sampai dengan PK10. Hasil uji validitas untuk 10 pertanyaan variable X2 dikatakan valid, berikut adalah hasil uji validitas penelitian pada table :

Tabel 3.3 Uji Validitas PK

Pertanyaan	Pearso Correlation	Sig	Keterangan
PK1	0.325	0.060	Valid
PK2	0.441	0.009	Valid
PK3	0.682	0.000	Valid
PK4	0.776	0.000	Valid
PK5	0.641	0.000	Valid
PK6	0.563	0.001	Valid
PK7	0.762	0.000	Valid
PK8	0.556	0.001	Valid
PK9	0.033	0.852	Valid
PK10	0.456	0.007	Valid

Sumber: Data primer diolah

2) Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)

Hasil uji validitas lokasi (X3) untuk 10 pertanyaan diwakili dengan lambang L1 sampai dengan L10. Hasil uji validitas untuk 10 pertanyaan variable X3 dikatakan valid, berikut adalah hasil uji validitas penelitian pada tabel :

Tabel 3.4 Uji Vliditas L

Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig	Keterangan

L1	0.482	0.004	Valid
L2	0.506	0.002	Valid
L3	0.527	0.001	Valid
L4	0.693	0.000	Valid
L5	0.820	0.000	Valid
L6	0.710	0.000	Valid
L7	0.744	0.000	Valid
L8	0.766	0.000	Valid
L9	0.631	0.000	Valid
L10	0.443	0.009	Valid

Sumber: Data primer diolah

3) Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Hasil uji validitas sikap (Y) untuk 9 pertanyaan diwakili dengan lambang M1 hingga M9. Hasil uji validitas untuk 9 pertanyaan variabel M dikatakan valid, hasil uji validitas penelitian tersedia dalam table berikut :

Tabel 3.5 Uji Validitas M

Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
M1	0.868	0.000	Valid
M2	0.728	0.000	Valid
M3	0.799	0.000	Valid
M4	0.710	0.000	Valid
M5	0.659	0.000	Valid
M6	0.773	0.000	Valid
M7	0.846	0.000	Valid
M8	0.381	0.026	Valid
M9	0.545	0.001	Valid

Sumber: Data primer diolah

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu keusioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap sebuah pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu (Alhifni, 2017).

Reliabilitas merupakan sebuah alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan indicator dari variabel. Suatu item kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha yang dihasilkan lebih dari titik kritis 0,6.

Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas

No	Varibel	*Cronbach Alpha*	Batas Maksimum	Keterangan
1	Pengetahuan Konsumen	0.653	0.600	Reliabel
2	Lokasi	0.827	0.600	Reliabel
3	Minat	0.872	0.600	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel di atas terlihat bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* masing-masing variabel nilainya > 0.6 yang mengindikasikan bahwa keseluruhan item bersifat reliabel. Sehingga bisa dikatakan bahwa seluruh petanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel. Berdasarkan hal tersebut maka 29 pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel, sehingga seluruh item-item dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif mengacu pada transformasi data mentah ke dalam suatu bentuk yang akan membuat pembaca lebih mudah memahami dan menafsirkan maksud dari data atau angka yang ditampilkan, kegunaan utama statistic deskriptif ialah untuk menggambarkan jawaban-jawaban obeservasi, yang

termasuk didalamnya diantaranya ialah distribusi frekuensi, distribusi persen dan rata-rata (*mean*) (Sarwono, 2006). Berikut hasil analisis deskriptif yang diolah dengan SPSS 2.1.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk pengujian varibel penelitian dengan metode regresi, untuk mengetahui apakah dalam variabel dan metode regresinya terdapat kesalahan, berikut macam-macam uji asumsi klasik :

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak pada sebuah variabel, sebelum melakukan berbagai macam penelitian sebaiknya melakukan uji normalitas pada kuesioner yang akan disebarkan.

Model regresi dapat dikatakan baik jika model berdistribusi normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independent), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya, pada penelitian ini untuk menguji apakah terdapat multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* lebih tinggi daripada 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedasitas

Untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual ataupun observasi pada model regresi dibutuhkan uji heteroskedasitas. Pada penenelitian ini penulis menguji ada atau tidaknya heteroskedasitas dengan menggunakan uji park.

Uji park merupakan salah satu cara untuk menguji heteroskedasitas pada variabel dalam sebuah penelitian dengan meregresikan nilai logaritma natural dari residual kuadrat (LnU2i), yang bertujuan untuk

mendeteksi terjadinya heteroskedasitas pada error. Uji park dapat menggunakan SPSS dengan melihat nilai signifikan > 0,05 berarti tidak terdapat heteroskedasitas pada penelitian, dan jika signifikan 0,05 maka terjadi heteroskedasitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yang mengandung makna bahwa jika menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi (Nopitasari, 2017). Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel yaitu : Pengetahuan Konsumen (X2), Lokasi (X2), terhadap kurangnya minat mahasiswa muslim terhadap layanan bank syariah (Y).

Persamaan umum yang digunakan untuk persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a+b1X1+b2X2+e$$

Keterangan :

Y = Minat

a = Konstanta

X1 = Pengetahuan Konsumen

X2 = Lokasi

b1b2b3 = Koefisien Regresi

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (T test)

Uji t memiliki tujuan untuk menguji tingkat pada pengaruh variabel independent (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) secara individu. Dengan kriteria sebagai berikut :

- Hipotesis diterima jika nilai probabilitas t (signifikan t) $\leq \alpha$
- Hipotesis ditolak jika nilai probabilitas t (signifikan t) $\geq \alpha$

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F test)

Untuk melihat apakah variabel independen pengetahuan konsumen (X1) dan lokasi (X2) secara bersama-sama akan berkaitan dengan variabel dependen yaitu minat (Y) maka diperlukan uji f. Dengan karakteristik :

- Hipotesis diterima jika nilai probabilitas F (signifikan F) $\leq \alpha$

- Hipotesis ditolak jika nilai probabilitas F (signifikan F) ≥ α

c. Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk seberapa besar presentase sumbangan pada variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel independent, Angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen R^2 menunjukkan seberapa jauh kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data (Nopitasari, 2017). R^2 sama dengan 0, tidak sedikitpun presentase kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen, atau perubahan variabel independent yang digunakan dalam model tidak dapat menjelaskan sedikitpun perubahan variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1 sehingga pada presentase pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen adalah sempurna, ataupun perubahan variabel independent yang digunakan dalam model menjelaskan 100% perubahan variabel dependen.

BAB IV
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif responden bertujuan untuk menggambarkan karakteristik pada responden. Objek pada penelitian ini adalah kurangnya miat mahasiswa muslim terhadap layanan bank syraiah. Pada penelitian ini meneliti mahasiswa dari tiga universitas muslim yang ada di Yogyakarta yaitu Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Berikut adalah data mengenai profil mahasiswa yang bertindak sebagai responden :

Tabel 4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	62	62%
Perempuan	88	88%
Total	150	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 62 orang dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 88 orang.

Tabel 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
18 – 20	20	20%
21 – 24	130	130%
Total	150	150%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa usia responden adalah 21 – 24 berjumlah 130 orang dan usia responden 18 – 20 tahun berjumlah 20 orang.

Tabel 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Jurusan

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Agroteknologi	3	3%
Bahasa dan Sastra	1	1%
Bahasa dan Sastra Arab	4	4%
BKI	2	2%
Ekonomi Islam	36	36%
Ekonomi Syariah	2	2%
Hubungan Internasional	19	19%
Hukum	5	5%
Hukum Ekonomi Syariah	2	2%
Hukum Keluarga Islam	3	3%
Hukum Tata Negara	1	1%
Ilmu Al-Quran dan Tafsir	3	3%
Ilmu Ekonomi	5	5%
Ilmu Keperawatan	1	1%
Ilmu Komunikasi	9	9%
Ilmu Pemerintahan	6	6%
Kimia	3	3%
Komunikasi dan Penyiaran Islam	3	3%
KPI	1	1%
Manajemen	1	1%
Pendidikan Agama Islam	3	3%
Pendidikan Bahasa Arab	10	10%
Pendidikan Dokter Gigi	1	1%
Perbandingan Madhzab	4	4%
Perbankan Syariah	5	5%
Psikologi	7	7%

Sosiologi	3	3%
Studi Agama-agama	1	1%
Syariah dan Hukum	1	1%
Teknik Elektro	2	2%
Teknik Elektromedis	1	1%
Teknik Sipil	2	2%
Total	150	150%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jurusan mahasiswa yang menjadi responden sangat beragam mulai dari jurusan agroteknologi 3 mahasiswa, bahasa dan sastra 1 mahasiswa, bahasa dan sastra arab 4 mahasiswa, BKI 2 mahasiswa, ekonomi islam 36 mahasiswa, ekonomi syariah 2 mahasiswa, hubungan internasional 19 mahasiswa, hukum 5 mahasiswa, hukum ekonomi syariah 2 mahasiswa, hukum keluarga islam 3 mahasiswa, hukum tata negara 1 mahasiswa, ilmu al-quran dan tafsir 3 mahasiswa, ilmu ekonomi 5 mahasiswa, ilmu keperawatan 1 mahasiswa, ilmu komunikasi 9 mahasiswa, ilmu pemerintahan 6 mahasiswa, kimia 3 mahasiswa, komunikasi dan penyiaran islam 3 mahasiswa, KPI 1 mahasiswa, manajemen 1 mahasiswa, Pendidikan agama islam 3 mahasiswa, Pendidikan bahasa arab 10 mahasiswa, Pendidikan dokter gigi 1 mahasiswa, perbandingan madhzab 4 mahasiswa, perbankan syariah 5 mahasiswa, psikologi 7 mahasiswa, sosiologi 3 mahasiswa, studi agama-agama 1 mahasiswa, syariah dan hukum 1 mahasiswa, teknik elektro 2 mahasiswa, teknik elektromedis 1 mahasiswa, dan teknik sipil 2 mahasiswa. Total terdapat 150 responden dalam penelitian ini, dengan 50 mahasiswa pada setiap universitas.

a. Universitas Islam Indonesia

Tabel 4. 4 Karakteristik Memiliki Rekening Bank Konvensional dan Syariah UII

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Memiliki rekening	44	44%

konvensional		
Tidak memiliki rekening konvensional	6	6%
Total	50	50%

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Memiliki rekening syariah	30	30%
Tidak memiliki rekening syariah	20	20%
Total	50	50%

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mahasiswa Universitas Islam Indonesia ada yang memiliki rekening pada bank konvensional dan syariah. Sebanyak 44 mahasiswa memiliki rekening pada bank konvensional, sedangkan 6 mahasiswa tidak memiliki rekening pada bank konvensional. Selanjutnya dapat dilihat bahwa sebanyak 30 mahasiswa memiliki rekening pada bank syariah dan sebanyak 20 mahasiswa tidak memiliki rekening pada bank syariah. Total terdapat 50 mahasiswa dengan dominan lebih banyak yang memiliki rekening pada bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah.

b. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tabel 4.5 Karakteristik Memiliki Rekening Bank Konvensional dan Syariah UMY

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Memiliki rekening konvensional	43	43%
Tidak memiliki rekening konvensional	7	7%
Total	50	50%

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Memiliki rekening syariah	11	11%
Tidak memiliki rekening syariah	39	39%
Total	50	50%

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mahasiswa Muhammadiyah Yogyakarta ada yang memiliki rekening pada bank konvensional dan syariah. Sebanyak 43 mahasiswa memiliki rekening pada bank konvensional, sedangkan 7 mahasiswa tidak memiliki rekening pada bank konvensional. Selanjutnya dapat dilihat bahwa sebanyak 11 mahasiswa memiliki rekening pada bank syariah dan sebanyak 39 mahasiswa tidak memiliki rekening pada bank syariah. Total terdapat 50 mahasiswa dengan dominan lebih banyak yang memiliki rekening pada bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah.

c. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Tabel 4.6 Karakteristik Memiliki Rekening Bank Konvensional dan Syariah UIN

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Memiliki rekening konvensional	42	42%
Tidak memiliki rekening konvensional	8	8%
Total	50	50%

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Memiliki rekening syariah	22	22%
Tidak memiliki rekening syariah	28	28%
Total	50	50%

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa mahasiswa Islam Negeri Sunan Kalijaga ada yang memiliki rekening pada bank konvensional dan syariah. Sebanyak 42 mahasiswa memiliki rekening pada bank konvensional, sedangkan 8 mahasiswa tidak memiliki rekening pada bank konvensional. Selanjutnya dapat dilihat bahwa sebanyak 22 mahasiswa memiliki rekening pada bank syariah dan sebanyak 28 mahasiswa tidak memiliki rekening pada bank syariah. Total terdapat 50

mahasiswa dengan dominan lebih banyak yang memiliki rekening pada bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah.

2. Statistik Deskriptif
   a. Data yang telah didapat dari responden selanjutnya diolah menggunakan program SPSS versi 2.1, dan menghasilkan data sebagai berikut :

Tabel 4.7 Statisik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Rata-rata (*Mean*)	Standar Deviasi (SD)
Pengatahuan Konsumen (X1)	150	23	50	38,46	5,393
Lokasi (X2)	150	20	50	38,69	6,020
Minat (Y)	150	9	45	33,47	7,722
Valid N (listwise)	150				

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel, variabel kualitas pengetahuan konsumen (X1) dengan jumlah 150 sampel dan mendapatkan nilai minimum sebesar 20, nilai maksimum sebesar 50, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 38,46 dan standar deviasi 5,393.

Variabel lokasi (X2) dengan jumlah 150 sampel dan mendapatkan nilai minimum sebesar 20, nilai maksimum sebesar 50, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 38,69 dan standar deviasi 6,020.

Variabel minat (Y) dengan jumlah 150 sampel dan mendapatkan nilai minimum sebesar 9, nilai maksimum sebesar 45, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 33,47 dan standar deviasi 7,722.

Deskripsi selanjutnya adalah menentukan skor masing-masing untuk variabel. Dalam menentukan skor tersebut penulis menggunakan 3 kategori yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Kategori dilaksanakan berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dengan rumus beikut ini :

$X < M - ISD$ = kategori rendah.

$M - ISD \leq X < M + ISD$ = kategori sedang.

$M + ISD \leq X$ = kategori tinggi.

Berikut perhitungan dari masing-masing variabel :

Tabel 4.8 Kategorisasi Variabel

Variabel	Rumus	Kategori
Pengetahuan Konsumen (X1)	$X < M - 1SD$ $38,46 - 5,393 =$ $33,06$ $X < 33$	Rendah
	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$ $33,06 \leq X < 43,85$ $33 \leq X < 44$	Sedang
	$M + 1SD \leq X$ $38,46 + 5,393 =$ $43,85$ $44 \leq X$	Tinggi
Lokasi (X2)	$X < M - 1SD$ $38,69 - 6,020 =$ $32,67$ $X < 33$	Rendah
	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$ $32,67 \leq X \leq 44,71$ $33 \leq X \leq 45$	Sedang
	$M + 1SD \leq X$	Tinggi

	38,69 + 6,020 = 44,71 45 ≤ X	
Minat (Y)	X < M – 1SD 33,47 – 7,72 = 25,75 X < 26	Rendah
	M – 1SD ≤ X < M + 1SD 25,75 ≤ X ≤ 41,19 26 ≤ X ≤ 41	Sedang
	M + 1SD ≤ X 33,47 + 7,72 = 41,19 41 ≤ X	Tinggi

Sumber: Data primer diolah

Dari data perhitungan di atas, maka akan diperoleh pengkategorian masing-masing variabel yaitu pengetahuan konsumen (X1), lokasi (X2), dan minat (Y). Berikut adalah hasil pengkategorian :

Tabel 4.9 Kategorisasi Pengetahuan Konsumen

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	31	20,7%
Sedang	84	56%
Rendah	35	23,3%
Total	150	100%

Sumber: Data primer diolah

Dapat dilihat pada tabel di atas dengan variabel pengetahuan konsumen (X1), dikatehui bahwa kategori rendah berjumlah 31, dapat diartikan ada 20,7% responden yang memilih kategori rendah, pada kategori sedang berjumlah 84, yang diartikan 56% responden memilih kategori sedang, serta

pada kategori tinggi berjumlah 35, yang berarti 23,3% responden yang memilih kategori tinggi.

Tabel 4.10 Kategori Lokasi

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	20	13,3%
Sedang	108	72%
Rendah	22	14,7%
Total	150	100%

Sumber: Data primer diolah

Dapat dilihat pada tabel di atas dengan variabel lokasi (X2), dikatehui bahwa kategori rendah berjumlah 20, dapat diartikan ada 13,3% responden yang memilih kategori rendah, pada kategori sedang berjumlah 108, yang diartikan 72% responden memilih kategori sedang, serta pada kategori tinggi berjumlah 22, yang berarti 14,7% responden yang memilih kategori tinggi.

Tabel 4.11 Kategori Minat

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	31	20,7%
Sedang	100	66,7%
Rendah	19	12,7%
Total	150	100%

Sumber: Data primer diolah

Dapat dilihat pada tabel di atas dengan variabel minat (Y), dikatehui bahwa kategori rendah berjumlah 31, dapat diartikan ada 20,7% responden yang memilih kategori rendah, pada kategori sedang berjumlah 100, yang diartikan 66,7% responden memilih kategori sedang, serta pada kategori tinggi berjumlah 19, yang berarti 12,7% responden yang memilih kategori tinggi.

3. Uji Asumsi Klasisk

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal ataukah tidak. Hasil regresi yang baik yaitu yang memiliki distribusi data normal atau yang mendekati normal.

Untuk mendeteksi apakah terdapat residual mendistribusi normal atau tidak dapat menggunakan du acara untuk mendeteksinya. Dapat dilihat dari grafik histogram, data yang dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderung imbang pada sisi kanan maupun sisi kirinya dan kurva berbentuk menyerupai loncong yang hamper sempurna. Jika dilihat dengan *normal p-plot* data akan dikatakan berdistribusi normal, apabila gambar berdistribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengekuti garis diagonal tersebut.

Untuk mendapatkan akurasi nilai uji pada normalitas, penulis menggunakan metode *kolmogrov-smirnov* dengan asumsi jika nilai *kolmogrov-smirnov* lebih dari 0,05 maka normalitasnya terpenuhi, sebaliknya jika nilai kolmogrov-smirnov kecil dari 0,05 maka data tidak normal.

Dari hasil uji normalitas menggunakan metode kolmogrov smirnov didapatkan nilai *Asymp.Sig* dari uji normalitas sebesar 0,311 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa sudah terdistribusi normal dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.12 Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Asymp.Sig. (2-tailed)	0,311

Sumber: Data primer diolah

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat model regresi memiliki korelasi antara variabel independent atau tidak. Apabila terjadi gejala

multikolinieritas, hal tersebut akan menghasilkan regresi yang kurang bagus. Hal tersebut dikarenakan banyak variabel dapat menghasilkan parameter serupa yang dapat menyebabkan mereka saling berkaitan, sehingga dapat saling mengganggu.

Uji multikolinieritas ini dilakukan untuk melihar nilai *tolerance* dan *varien inflation factor* (VIF) dengan menganalisis menggunakan SPSS, berikut adalah hasil uji multikolinearitas :

Tabel 4. 13 Uji Multikolinieritas

No	Indikator X	Nilai *Tolerance*	Nilai VIF
1	Pengetahuan Konsumen	0,581	1,721
2	Lokasi	0,581	1,721

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa, nilai *Tolerance* untuk variabel pengetahuan konsumen (X1) adalah 0,581. Artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas karena nilainya lebih besar dari 0,10. Untuk variabel lokasi (X2) nilai *Tolerance* adalah 0,581. Dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas karena nilainya lebih besar dari 0,10.

Nilai VIF pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk variabel independen pengetahuan konsumen (X1) nilainya adalah 1,721. Artinya tidak terjadi multikolinearitas karena nilainya lebih kecil dari 10,00. Niali VIF untuk variabel lokasi (X2) nialainya 1,721. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas juga pada varibel tersebut karena nilainya lebih kecil jadi 10,00.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasisitas ini memiliki tujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual ataupun observasi ke observasi lain dalam model regresi. Untuk mendapatkan akurasi angka dalam pengujian heteroskedastisitas, maka penelitian ini menggunakan metode uji *Park*.

Uji *Park* merupakan uji dengan cara melakukan pemangkatan terhadap residual lalu dilogaritma natural (Ln-kan) selanjutnya dilakukan regresi terhadap variabel bebas (independent).

Jiki nilai signifikan pada pengujian heteroskedastisitas lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedasitisitas, berikut adalah hasil uji heteroskedasitisitas menggunakan uji *P*ark :

Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig
Pengetahuan Konsumen	0,063
Lokasi	0,452

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa, nilai signifikansi variabel independen pengetahuan konsumen (X1) sebesar 0,063. Artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Nilai signifikansi pada variabel lokasi (X2) adalah 0,452. Dapat diartikan bahwa tidak terjadi heteroskedasitisitas karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pada variabel yaitu : Pengetahuan Konsumen (X1), Lokasi (X2) dan Minat (Y). Analisis ini menggunakan SPSS 21 dan mendapatkan data sebagai berikut :

Tabel 4.15 Regresi Linier Berganda

Model	B
Constant	-0,952
Pengetahuan Konsumen	0,414
Lokasi	0,478

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat di lihat bahwa koefisien B dihasilkan sebuah persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = -0,952 + 0,414X_1 + 0,478X_2$

Melihat dari segi persamaan regresi di atas, maka dapat disimpulkan sebagai

berikut :

1. Koefisien konstanta β0 positif menunjukkan bahwa apabila tidak terdapat variabel pengetahuan konsumen (X1), lokasi (X2), maka mendapatkan nilai (Y) sebesar -0,952.
2. Koefisien regresi variabel independen pengetahuan konsumen (X1) dilihat dari β1menunjukkan nilai positif sebesar 0,414. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel pengetahuan konsumen (X1), maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,414.
3. Koefisien regresi variabel independen lokasi (X2) dilihat dari β2 menunjukkan nilai positif sebesar 0,478. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel lokasi (X2), maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,478.

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (t *test*)

Uji t digunakan untuk mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini. Berikut ini adalah hasil dari uji t :

Tabel 4.16 Sumber: Data primer diolah

Variabel	**T**	**Signifikansi**	**Standar Signifikansi**
Pengetahuan Konsumen	3,345	0,001	0,05
Lokasi	4,311	0,000	0,05

Sumber: Data primer diolah

Berdasrkan tabel hasil uji t di atas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Uji hipotesis pertama

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel pengetahuan konsumen (X1) yaitu 0,001 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H01 ditolak dan H1 diterima, yang artinya pengetahuan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan bank syariah.

2) Uji hipotesis kedua

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel lokasi (X2)

yaitu 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H02 ditolak dan H1 diterima, yang artinya pengetahuan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan bank syariah.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F test)

Uji F dilakukan untuk menguji secara keseluruhan pengaruh variabel independen yakni pengetahuan konsumen (X1), lokasi (X2) terhadap variabel dependen yakni minat (Y). Berikut adalah hasil dari uji F :

Tabel 4.17 Uji F

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	3215,885	2	1607,942	41,691	,000[b]
Residual	5669,448	147	35,568		
Total	8885,333	149			

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel X1, dan X2 secara keseluruhan terhadap variabel minat (Y) yaitu 0,000[b] < 0,05. Maka, H04 ditolak dan H4 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pada variabel X1, dan X2 terhadap variabel Y secara simultan. Hal tersebut berarti bahwa pengetahuan konsumen, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa muslim terhadap layanan bank syariah.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.18 Koefisien Determinasi

R	R Square	Standar Eror
0,589	0,362	6,210

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa :

1) Koefisien korelasi berganda (R) adalah 0,589
2) Koefisien determinasi berganda (R^2) adalah 0,362 atau 36,2% yang dapat disimpulkan 36,2% variasi mahasiswa pada minat mahasiswa menggunakan layanan bank syariah dipengaruhi oleh 3 variabel bebas yang diteliti. Sedanfkan sisanya yaitu (100% - 36,2% = 63,8%)

dipengaruhi oleh variabel yang lain dan tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan ini, maka pengujian H04 ditolak dan H4 diterima. Artinya terdapat pengaruh minat mahasiswa muslim terhadap layanan bank syariah melalui pengethauan konsumen, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan bank syariah.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Minat Mahasiswa dalam Menggunakan Layanan Bank Syariah

Pada penelitian ini nilai uji F dapat diketahui bahwa signifikansi dari variabel X1, dan X2 secara keseluruhan terhadap variabel minat (Y) adalah $0{,}000^{b} < 0{,}05$. Maka, H04 ditolak H4 diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel X1, dan X2 terhadap variabel Y secara simultan. Dapat disimpulkan juga bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan bank syariah.

Pada penelitian ini hasil uji t (X1) adalah $0{,}001 < 0{,}05$. Maka H01 ditolak dan H1 diterima, yang dapat diartikan bahwa pengetahuan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan bank syariah. Sehingga jika mahasiswa mendapatkan pengetahuan lebih lanjut mengenai perbankan syariah maka mendapatkan hasil yang positif dalam minat untuk menggunakan layanan bank syariah.

Hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan konsumen tehadap analisis faktor yang mempengaruhi kurangnya minat mahasiswa terhadap layanan bank syariah ini sesuai dan terdapat pada penelitian Cita Ayni (2020), Fajar Mujaddid (2019), dan Eka Nopitasari (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan konsumen terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan bank syariah.

Pada penelitian ini penulis juga mewawancarai beberapa narasumber perwakilan dari masing-masing universitas untuk mempertajam hasil dari data yang telah di dapat. Pada wawancara *online* kali ini media yang digunakan adalah *zoom meeting*. Muhammad Jufani merupakan mahasiswa asal

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta jurusan Hubungan Internasional, mengatakan bahwa pengetahuan sangat berpengaruh bagi dirinya yang merupakan seorang mahasiswa untuk menggunakan layanan pada bank syariah. Jika memiliki banyak pengetahuan mengenai bank syariah akan mempengaruhi minatnya dalam menggunakan layanan bank syariah. Muhammad Jufani juga mengatakan bahwa dirinya masih belum banyak mengetahui mengenai perbankan syariah.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Mahasiswa Muslim dalam Menggunakan Layanan Bank Syariah

Pada penelitian ini nilai uji F dapat diketahui bahwa signifikansi dari variabel X1, dan X2 secara keseluruhan terhadap variabel minat (Y) adalah $0{,}000^{b}$ < 0,05. Maka, H04 ditolak H4 diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel X1, dan X2 terhadap variabel Y secara simultan. Dapat disimpulkan juga bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan bank syariah.

Pada penelitian ini hasil uji t (X2) adalah 0,000 < 0,05. Maka H02 ditolak dan H2 diterima, yang dapat diartikan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan bank syariah. Sehingga jika lokasi bank syariah dapat dijangkau dengan mudah oleh mahasiswa maka dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunaka layanan bank syariah.

Hasil penelitian mengenai lokasi terhadap analisis faktor yang mempengaruhi kurangnya minat mahasiswa terhadap layanan bank syariah ini sesuai dan terdapat pada penelitian Endah Nur Rahmawati (2017), dan Muhammad Dayyan (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan bank syariah.

Pada penelitian ini penulis juga mewawancarai beberapa narasumber perwakilan dari masing-masing universitas untuk mempertajam hasil dari data yang telah di dapat. Pada wawancara *online* ini menggunakan media *zoom meeting*. Khofifah Fajriati Kamsurya merupakan seorang mahasiswa dari Universitas Islam

Indonesia jurusan Ekonomi Islam, mengatakan bahwa lokasi bank syariah sangat berpengaruh bagi dirinya. Karena jika lokasi kantor cabang maupun mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) jauh dari jangkauan lingkungan mahasiswa maka akan mengurangi minat mahasiswa tersebut untuk menggunakan bank syariah. Hal tersebut tentu saja sangat berpengaruh karena, jika mahasiswa mengalami kendala pada rekeningnya bisa dengan mudah didatangi, dan jika hendak mengambil uang tidak perlu pergi ketempat yang terlalu jauh.

Wawancara *online* juga dilakukan dengan mahasiswa Universitas Islan Negeri Sunan Kalijaga. Media yang digunakan untuk wawancara adalah aplikasi line. Ajeng Putri Ardiani merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga jurusan Kimia. Menurutnya lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dirinya untuk menggunakan layanan pada perbankan syariah, karena mesin Ajungan Tunai Mandiri (ATM) bank syariah tidak ada berada dekat dengan lokasi kampusnya. Sehingga hal tersebut yang menyebabkan dia tidak menggunakan bank syariah. Dapat disimpulkan bahwa lokasi kantor dan mesin Ajungan Tunai Mandiri (ATM) yang tidak berada di sekitar kampus dan tempat tinggal dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan bank syariah. Karena mahasiswa menggunakan layanan bank yang dapat dijangkau dengan mudah.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengetahuan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan bank syariah.
2. Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa muslim dalam menggunakan layanan bank syariah.

Dari kesimpulan tersebut dapat diketahui bahwa pengatahuan konsumen dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan bank syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, maka saran yang dapat direkomendasikan sebagai berikut :

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

   Untuk penelitian selanjutnya, dapat memperluas jumlah sampel agar dapat digeneralisasi dengan lingkungan yang lebih luas lagi serta dilakukan observasi secara langsung agar mendapatkan hasil yang baik.

   Pada penelitian selanjutnya untuk dapat mengembangkan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah di lembaga keungan syariah. Selain variabel pengetahuan konsumen dan variabel lokasi untuk dapat dipilih sehingga mendapatkan hasil penelitian yang variative dan dapat dibandingkan.

2. Bagi Bank Syariah

   Bank syariah dapat melakukan berbagai cara untuk memberikan informasi kepada mahasiswa dan masyarakat luas, bisa melalui berbagai sarana media yang mudah dilakukan pada saat ini. Sehingga mendapatkan peluang yang lebih besar untuk mahasiswa dan masyarakat mengenal lebih jauh tentang perbakan syariah, dan dapat

menarik minat mahasiswa dan msyarakat untuk menggunakan layanan bank syariah.

Bank syariah juga dapat mempertimbangkan membuka kantor cabang yang berada dekat dengan lingkungan mahasiswa ataupun dapat menyediakan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh mahasiswa. Dan terakhir, bank syariah dapat membuat suatu program yang dapat menarik minat mahasiswa untuk menggunakan layanan bank syariah.

3. Bagi Prodi Ekonomi Islam

   Prodi Ekonomi Islam dapat memberikan peran kepada mahasiswa mengenai pengetahuan perbankan syariah. Dan untuk menarik minat yang lebih lagi prodi juga dapat berkerjasama dengan instansi perbankan syariah untuk mengedukasi mahasiswa dalam meningkatkan minat dalam memilih layanan perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Sarwono, J. (2006). *metode penelitian kuantitatif & kualitatif* (Pertama). Graha Ilmu. file:///F:/Quantitative Research Method/Buku_Metodologi_Penelitian_Kuantitatif_d (1).pdf

Febtriko, A., & Puspitasari, I. (2018). Mengukur Kreatifitas Dan Kualitas Pemograman Pada Siswa Smk Kota Pekanbaru Jurusan Teknik Komputer Jaringan Dengan Simulasi Robot. *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, *3*(1), 1–9. https://doi.org/10.36341/rabit.v3i1.419

Myirandasari, B., & Manzilati, A. (2015). Analisis Komparasi Stabilitas Perbankan Syariah Dan Konvensional (Bank Umum Devisa Non Go Public di Indonesia). *Universitas Brawijaya*, 1–20.

Dandung, M. E., Amtiran, P. Y., & Ratu, M. (2020). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Konvensional Dan Perbankan Syariah. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, *11*(1), 65–82. https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2319

Wahyuni, M., & Efriza, R. E. (2017). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional di Indonesia. *Manajemen Keuangan Perbankan*, *1*, 1–15.

Khaerul, S. H. dan U. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. CV Pustaka Setia.

Soemitra, A. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Edisi Kedu). Kencana. https://books.google.co.id/books?id=0SFADwAAQBAJ&lpg=PR4&hl=id&pg=PA2#v=onepage&q&f=false

OJK. (n.d.). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_Perbankan.pdf

Reza, ahamd abdila. (2017). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. *Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *6*.

Dalmi, S. A. C. S. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al-Washliyah Menabung di Bank Syariah. *Journal of Economics and Accounting*, *1*(1), 70–76.

Nopitasari, E. (2017). Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Surakarta Menggunakan Bank Syariah. *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, *91*(5), 144.

Nuraeni, N. S., & Umaryati, S. (2019). Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Islam Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Ips Uin Syarif Hidayatullah Jakarta). *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, *4*(2), 157–169. https://doi.org/10.19109/ifinance.v4i2.2613

Istianah, I. (2017). Hakikat Haji Menurut Para Sufi. *Esoterik*, *2*(1), 30–44. https://doi.org/10.21043/esoterik.v2i1.1900

Ja'far, A. K. (2016). Peluang dan Tantangan Perbankan Syari'ah di Indonesia. *Asas*, *8*(2).

Rasiam. (2012). Perbankan Syari'ah Di Indonesia; Peluang Dan Tantangannya (Pendekatan Analisis SWOT). *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*, *2*(2006), 26–46.

Marzuki, S. N. (2018). Bank Syariah Dindonesia (Peluang dan Tantangan Di Era Globalisasi). *Jurnal Ekonomi Syariah*, *I*(1), 79–90.

Syafii, I., & Harahap, I. (2020). Peluang Perbankan Syariah Di Indonesia. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, *7*, 666–669.

Putra, D. A. K. (2013). PELAKSANAAN AKAD TABUNGAN HAJI PADA BANK RIAU KEPRI SYARI'AH CABANG PEKANBARU. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Hairani, B. (2012). *Strategi pemasaran produk tabungan wadi'ah dan mudharabah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada bank riau kepri syariah (*.

Windarti, T. (2014). SISTEM PELAYANAN TABUNGAN HAJI PADA BANK RIAU KEPRI CABANG PEMBANTU SYARIAH PANAM. *Applied Microbiology and Biotechnology*, *85*(1), 2071–2079. https://doi.org/10.1016/j.bbapap.2013.06.007

II, B. (2004). *Dokumentasi PT. Bank Riau Syariah 13*.

Mencapai, G., Sarjana, G., Akuntansi, P. S., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2014). *PRODUK PEMBIAYAAN PADA PT BANK RIAU*.

Nandar, B. E. (2013). Pengaruh Pembiayaan Bank Riau Syariah (BPD Riau). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

Nursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. . (2013). 済無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Ozair, A. (2006). PROFIL PT. BANK NEGARA INDONESIA SYARIAH KANTORCABANG PEKANBARU. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Arthaloka, G., & Jend Sudirman, J. (n.d.). *Perbankan Syariah pkes publishing*.

Apriyanti, H. W. (2017). Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia : Analisis Peluang dan Tantangan. *Maksimum*, *01*(1), 16–23.

Nadratuzzaman Hosen, M., Saraswati, H., & Ali, H. (n.d.). *Bank-Ku Syariah*. 48.

Sugiyono. (2013). Jurnal : Ninoy Yudhistya Sulistiyono, repository.upi.edu 19. *Repository.Upi.Edu 19*, 19–29.

Binaan, L. (2005). *J u r n a l*. *I*(2), 22–29.

; Sofian Muhlisin 2 ; Sahlan Hasbi 3. (2019). *Jurnal Nisbah*, *5*, 55–66.

Purnomo, A., & Rusdiansyah, M. (2019). Analisis Produk Tabungan Ib Muamalat Prima Bisnis Terhadap Sektor Rill Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Banjarmasin). *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, *4*(2), 145. https://doi.org/10.30997/jn.v4i2.1560

Dosen, M., Ekonomi, S. T., Bisnis, D., Indo, S., & Mandiri, G. (2016). *ISLAMIC BANKING Volume 2 Nomor 1 Edisi Februari*. *2*, 39.

sampling new.pdf. (n.d.).

Wiliasih, R., & Shadrina, F. (2017). Faktor Dominan Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah, Bprs, Dan Kspps. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, *3*(2), 442. https://doi.org/10.30997/jn.v3i2.911

Setiawan, R. A., & Hasbi, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Jasa Perbankan Syariah (Studi Pt Bank Negara Indonesia Cabang Sukabumi). *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, *2*(1), 219. https://doi.org/10.30997/jn.v2i1.263

Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, *15*(1), 128. https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106

Nasution, M. H., & Sutisna, S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, *1*(1), 62. https://doi.org/10.30997/jn.v1i1.241

OJK. (2017). Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah 2017-2019. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–82. https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Pengembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-2017-2019/Roadmap 2017-2019(1).pdf

Jovany, M. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Ibu Dilakukan Seksio Sesarea Yang Kedua*, *16*(1), 20–27.

sebagai mitra pasif dan klien sebagai mitra aktif . Untuk hasil yang diperoleh bank akan menambah modal yang dimiliki bank dan kemudian dibagikan kembali Dari kerangka kerja yang dijelaskan di atas , kami mengusulkan hipotesis berikut : Ha : Pembiayaan mu. (2016). 2016.

i gede wisnu paramadita. (2017). No TitleÉ?———————————— ———————————————————————————————. *Ekp*, *13*(3), 1576–1580.

Somantri, G. R. (2005). Gumilar Rusliwa Somantri. *Makara, Sosial Humaniora*, *9*(2), 57–65.

Sari, A. R. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MUSLIM MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Muslim di Kabupaten Bantul, Yogyakarta). *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Azis, M. A. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah*. 141.

Dayyan, M., Fahriansah, & Juprianto. (2017). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, *Vol. 1*(No. 1), h. 1-19.

Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, *2*(1), 43–57.

Pendahuluan, I. (n.d.). *Analisa Persepsi Pengaruh Pendapatan Bank Syariah Terhadap Bagi Hasil Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah " A "*

Analisa Persepsi Pengaruh Pendapatan Bank Syariah Terhadap Bagi Hasil Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah " A ." 1–20.

Kasus, S., Bank, P., & Kepri, R. (1998). *Analisis Minat Masyarakat Menyimpan Uang Pada Suatu Bank*. 1–25.

Samsudin, O. A., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2017). *ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN TANGERANG Skripsi* (Issue 1113081000087).

Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, *10*(1), 14–37.

Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BAGI HASIL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BANK SYARI ' AH. *Jurnal Al-Qasd*, *1*, 197–208.

Rahmawati, E. N. dan N. K. dan T. W. (2017). ANALYSIS OF FACTORS CAUSING LOW PUBLIC INTEREST IN CHOOSING FINANCIAL PRODUCTS IN SYARIA BANKS Endah Nur Rahmawati , Nur Kafid dan Taufiq Wijaya. *'Anil Islam*, *10*(1).

Perbedaan_Minat_Mengambil_Kredit_Antara.pdf. (n.d.).

Y Rahmat Akbar dan Mohd. Ario Wahdi Elsye. (2019). Pemasaran Terintegritas Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal ISLAMIKA*, *2*(2), 82–97.

Alhifni, R. ; A. (2017). FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH. *Jurnal Syarikah*, *3*(1), 372–390.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

ANGKET PENELITIAN

ANALISI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT MAHASISWA MUSLIM TERDAP LAYANAN BANK SYARIAH (STUDI KASUS UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA, UNIVERSITAS MUHAMMADIYA YOGYAKARTA, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA)

A. Pengantar

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Pertama sekali saya mendoakan saudara/i selalu dalam keadaan sehat dan selalu sukses dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, aamiin. Perkenalkan saya Ratie Dwi Indah Putri, mahasiswi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, Angkatan 2017, sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir. Untuk itu, saya membutuhkan responden dengan kriteria sebagai berikut :

1. Responden adalah mahasiswa dari tiga universitas muslim di Yogyakarta yang meliputi Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
2. Responden berusia minimal 18 tahun, karena pada rentang usia tersebut responden dinilai aktif dalam berhubungan dengan perbankan.
3. Tidak dan atau memiliki rekening pada bank konvensional.
4. Tidak dan atau memiliki rekening pada bank syariah.

Saya memohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner penelitian saya. Segala data yang diisi akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis semata. Terima kasih saya ucapkan sedalam-dalamnya karena telah meluangkan waktu untuk mengisi penelitian ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

a. Isilah pertanyaan berikut ini dengan lengkap menurut pendapat anda mengenai pengaruh minat, pengetahuan konsumen, dan lokasi terhadap keputusan nasabah (mahasiswa) menggunakan bank syariah. Berilah tanda (•) pada jawaban yang telah disediakan.

b. Keterangan angka jawbaan, yaitu :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT MAHASISWA TERHADAP LAYANAN BANK SYARIAH (STUDI KASUS UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA)

A. Identitas Responden

Nama Lengkap

Umur

Jenis Kelamin : 1. Laki-laki 2. Perempuan

Universitas : 1. Universitas Islam Indonesia 2. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 3. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Program Studi :

Memiliki Rekening Bank Konvensional :1. Ya 2. Tidak

Memiliki Rekening Bank Syariah : 1. Ya 2. Tidak

Nomor WhatsApp

B. Indikator Minat

No	Pertanyaan	Jawaban
	Minat	
1	Saya tertarik membuka rekening pada Bank Syariah atas dasar kemauan saya sendiri.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
2	Saya merasa senang menabung di Bank Syariah.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
3	Saya tertarik melakukan transaksi di bank syariah karena peracaya pada kinerja bank syariah.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
4	Saya tertarik melakukan transaksi di bank syariah karena, mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa/nasabah.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
5	Saya tertarik melakukan transaksi di bank syariah karena informasi yang saya dapatkan tentang bank selama kuliah di universitas muslim.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
6	Saya akan tetap melakukan transaksi di bank syariah walaupun saya telah lulus dari universitas.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
7	Saya akan tetap melakukan transaksi di bank syariah karena dilihat dari keyakinan saya.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
8	Saya memilih bank syariah karena porsi bagi hasil yang diberikan bank syariah lebih besar daripada tingkat bunga yang diberikan bank konvensional.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
9	Saya memilih Bank Syariah karena Bank Syariah telah menyalurkan semua pembiayaan kepada pihak-pihak yang membutuhkan sesuai prinsip-prinsip islam.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju

C. Indikator Pengetahuan Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban
	Pengetahuan Konsumen	
1	Menurut saya islam merupakan agama yang mampu menuntun manusia menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
2	Menurut saya aturan yang diterapkan bank syariah sesuai dengan syariah islam.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
3	Saya mengetahui bahwa Bank Syariah diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
4	Saya mengetahui bahwa penghimpunan dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
5	Saya tidak memilih bank konvesnional karena adanya riba, karena riba diharamkan oleh agama islam.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
6	Saya mengetahui riba (bunga) itu haram.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
7	Saya mengetahui Bank Syariah menggunaka metode bagi hasil.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
8	Informasi yang diberikan Bank Syariah mudah dimengerti dan dipahami.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
9	Saya kurang mengetahui tentang produk dan layanan Bank Syariah.	Sangat Setuju o o o o o Sangat Tidak Setuju
10	Saya banyak mengetahui informasi mengenai Bank Syariah melalui iklan pada televisi, media sosial, dan lain-lain.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju

D. Indikator Lokasi

No	Pertanyaan	Jawaban
	Lokasi	
1	Bank syariah berada di lokasi yang mudah di jangkau sarana transportasi umum.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
2	Tersedianya jaringan ATM yangtersebar luas sehingga mempermudah untuk di jangkau.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
3	Letak Bank Syariah tidak jauh dari area kampus.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
4	Letak Bank Syariah tidak jauh dari pusat kota.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
5	Bank Syariah berada di lokasi yang dapat dilihat jelas dari tepi jalan.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
6	Bank Syariah memiliki tempat parkir yang luas dan rapi.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
7	Bank syariah memiliki halaman yang luas.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
8	Bank Syariah memiliki ruang tunggu yang nyaman.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
9	Bank Syariah berada di tempat yang lingkunganya aman.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju
10	Tersedianya pos-pos keamanan di sekitar gedung bank.	Sangat Tidak Setuju o o o o o Sangat Setuju

Lampiran 2

Data Hasil Kuesioner

Universitas Islam Indonesia

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

No.	Pengetahuan Konsumen									
	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK 10
1	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3
2	5	4	5	5	3	5	5	4	2	2
3	5	4	4	4	2	5	4	4	3	3
4	5	4	5	5	5	4	4	4	1	1
5	4	3	5	3	1	4	4	3	2	3
6	5	5	5	5	3	5	5	4	2	4
7	5	4	4	4	2	5	4	4	3	3
8	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
9	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4
10	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4
11	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3
12	5	2	5	5	1	5	5	5	5	1
13	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4
16	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3
17	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5
18	5	5	3	3	2	4	4	4	5	3
19	5	3	2	3	5	5	4	4	3	2
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	4	4	3	5	4	4	4	2
22	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3
23	5	3	5	5	2	5	5	5	3	2
24	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3
25	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
26	5	4	4	4	4	5	5	3	3	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
28	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1
29	4	4	4	4	3	5	4	4	3	2
30	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	3	5	5	2	4	4	4	4	2
33	5	5	5	5	1	5	5	5	3	3
34	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5
35	5	4	5	5	3	5	5	5	3	4
36	5	2	3	4	2	5	4	1	5	2
37	5	4	5	5	3	5	5	4	3	2

38	5	4	5	5	5	5	5	4	2	3
39	5	3	4	4	2	5	5	4	5	5
40	5	4	5	5	1	4	5	4	3	3
41	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3
42	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3
43	5	4	4	4	2	3	4	4	3	4
44	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
45	5	5	1	1	1	5	5	3	4	2
46	5	4	3	3	3	4	2	3	4	4
47	5	4	5	5	3	5	5	5	2	4
48	5	5	5	5	1	5	5	3	5	1
49	5	3	5	5	5	5	5	4	3	3
50	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5

No.	Pengetahuan Konsumen									
	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK 10
1	5	5	2	3	2	5	3	3	4	4
2	5	4	4	3	3	5	4	4	4	3
3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	4	4	3	3	5	3	2	5	2
5	5	2	4	4	4	5	3	3	2	2
6	5	4	2	4	3	4	2	3	4	4
7	5	4	2	3	1	5	5	3	4	5
8	5	4	4	4	1	2	3	3	4	3
9	5	3	3	3	3	4	3	2	4	4
10	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5
13	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
14	5	4	4	2	2	4	5	3	5	2
15	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
16	5	4	4	5	2	3	5	3	4	2
17	5	3	2	3	3	5	2	3	4	3
18	5	2	3	2	5	5	3	3	3	1
19	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4
20	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4
21	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4
22	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	4	4	3	3	5	3	3	3	3
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	3	5	5	4	4	4	2	4	4
27	5	4	5	4	3	4	4	4	3	3
28	5	5	4	4	1	5	4	4	3	3
29	5	4	4	4	2	3	3	4	3	3
30	5	4	4	5	3	3	5	4	3	4
31	5	2	3	3	2	3	3	2	2	2

32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
34	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	3	3	3	5	5	3	5	3	4
37	5	4	4	4	3	5	2	3	5	2
38	5	4	4	4	2	4	5	3	4	4
39	5	5	5	5	3	5	5	4	4	2
40	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5
41	5	3	4	4	2	4	3	4	2	2
42	5	2	5	5	1	5	5	3	3	4
43	5	4	2	2	3	5	3	4	5	4
44	5	3	5	4	4	5	5	3	3	2
45	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4
48	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4
49	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3
50	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5

No.	Pengetahuan Konsumen									
	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK 10
1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4
3	5	5	5	5	3	5	5	4	4	3
4	5	3	5	5	1	3	4	3	5	3
5	5	4	5	5	3	5	3	5	1	3
6	5	4	4	4	2	5	4	4	2	4
7	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
8	3	1	5	5	1	5	5	5	2	2
9	5	3	3	3	2	5	4	3	5	3
10	5	4	5	4	3	5	4	4	4	3
11	5	5	5	5	2	5	5	5	2	5
12	5	4	5	4	2	5	4	2	5	4
13	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4
14	5	4	4	4	3	5	2	2	5	1
15	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
16	5	3	4	4	3	5	4	3	3	3
17	5	2	5	4	2	4	4	3	4	3
18	5	3	3	3	2	5	4	2	5	2
19	5	4	4	3	1	4	4	4	5	5
20	5	3	4	3	2	5	4	3	2	1
21	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5
22	5	4	5	5	2	4	4	3	2	4
23	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
24	5	4	4	4	3	5	5	5	2	4
25	4	3	3	3	2	4	4	4	5	2

26	5	3	3	3	1	5	4	3	4	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
29	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
30	5	3	3	3	3	5	5	3	5	3
31	5	4	3	3	2	4	4	4	2	4
32	5	4	3	3	1	3	3	3	5	3
33	5	4	4	4	3	5	3	4	4	5
34	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	5	3	5	5	3	4	5	4	1	3
36	5	4	5	5	4	4	5	5	2	5
37	5	1	5	5	3	5	5	5	1	1
38	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
39	5	4	5	4	2	4	5	4	2	3
40	5	3	4	4	3	5	5	4	4	3
41	5	3	4	4	3	5	5	4	4	3
42	5	4	5	5	1	5	3	4	3	2
43	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2
44	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3
45	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3
46	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
47	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
48	5	4	4	4	3	5	4	4	3	3
49	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
50	5	3	3	3	2	3	3	2	3	2

No.	Lokasi									
	L 1	L 2	L 3	L 4	L 5	L 6	L 7	L 8	L 9	L 10
1	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
2	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	1	1	5	5	3	2	3	1	5	4
5	3	1	4	3	4	3	3	3	3	3
6	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3
7	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
8	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
10	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5
11	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3
12	5	2	5	5	5	5	5	5	5	2
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5
15	4	3	5	4	4	2	3	4	4	4
16	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3
17	2	2	5	4	4	3	3	4	4	5
18	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4
19	4	2	3	4	4	4	2	3	5	3

20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
22	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3
23	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4
24	3	3	5	4	3	3	3	3	3	5
25	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
26	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4
27	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5
28	4	1	5	4	4	1	1	4	3	5
29	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	5	3	4	3	3	3	4	5
34	3	4	5	4	3	4	4	3	5	3
35	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4
36	4	1	4	4	4	5	4	3	4	4
37	4	4	5	5	5	4	3	4	4	2
38	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4
39	2	2	4	4	2	3	2	2	3	5
40	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4
41	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5
42	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
45	2	1	4	2	1	2	2	3	3	3
46	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
47	2	2	5	3	3	3	3	3	3	3
48	1	1	5	5	1	4	3	2	4	4
49	2	2	4	4	3	3	3	4	4	5
50	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5

No.	Lokasi									
	L 1	L 2	L 3	L 4	L 5	L 6	L 7	L 8	L 9	L 10
1	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
2	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	2	3	2	1	2	4	3
5	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3
6	4	4	3	2	4	5	5	5	5	4
7	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5
8	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4
9	4	2	3	3	3	2	2	2	2	3
10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
11	3	3	5	5	3	3	5	4	4	3
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3

14	3	2	5	4	4	2	2	4	4	5
15	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4
16	2	2	2	4	5	4	4	4	4	4
17	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4
18	4	2	5	5	5	3	3	4	5	3
19	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4
20	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
21	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
22	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3
23	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1
24	2	2	2	3	4	2	3	4	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
28	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4
29	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	4	4	5	3	4	3	3	4	4
31	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
34	2	2	5	5	5	5	4	5	5	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	4	3	2	4	4	5	5	5	5	4
37	3	4	5	5	3	3	3	4	5	5
38	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3
39	3	3	4	5	4	3	2	4	4	5
40	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
41	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
42	3	3	5	5	5	3	3	4	4	4
43	2	2	2	2	2	2	3	4	4	5
44	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4
45	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	3	3	4	4	4	2	2	2	3	3
48	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
49	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4
50	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5

No.	Lokasi									
	L 1	L 2	L 3	L 4	L 5	L 6	L 7	L 8	L 9	L 10
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	4	2	2	3	2	3	4	4
3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3
4	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
6	5	5	5	1	4	2	2	5	5	5
7	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4

8	2	1	2	3	2	1	2	2	4	3
9	3	2	2	2	3	2	1	4	4	3
10	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	1	1	5	5	5	3	3	5	3	5
13	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
14	1	3	1	2	1	3	3	3	3	3
15	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3
18	5	5	3	3	5	3	3	3	5	4
19	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
20	2	2	5	3	3	2	3	3	3	3
21	1	4	1	5	5	1	1	5	5	5
22	2	1	3	3	4	3	3	3	3	2
23	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
24	5	4	4	5	5	4	3	4	4	3
25	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
26	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4
32	2	2	4	5	5	3	3	4	5	5
33	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
34	5	3	4	5	5	4	4	3	4	3
35	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
37	1	1	5	5	5	1	1	1	4	4
38	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	2	2	4	4	3	5	5	5	4
40	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
42	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
44	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4
45	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3
46	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
47	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
48	3	2	1	3	3	3	3	4	4	3
49	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4
50	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3

No.	Minat								
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9
1	4	4	3	4	2	4	3	3	3

2	3	3	4	3	5	5	5	3	5
3	4	5	5	3	3	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	5	2	5
5	3	3	3	3	3	4	3	5	3
6	4	5	5	4	5	4	4	4	4
7	4	5	5	3	3	4	4	4	4
8	5	4	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	4	4	4	5	5	5	5	5
11	2	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	2	2	2	5	3	3	2	5
13	3	3	4	3	4	4	4	3	4
14	5	5	5	4	5	5	5	3	5
15	3	4	3	3	4	4	4	3	3
16	2	3	3	3	3	3	3	3	3
17	5	5	5	4	5	5	5	3	5
18	4	4	4	3	5	4	4	3	5
19	4	4	3	3	3	5	4	2	3
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	4	3	4	3	4	3	4	4	4
22	2	3	3	3	3	3	3	3	3
23	5	4	3	4	4	5	3	4	4
24	4	3	5	5	3	3	3	3	3
25	5	5	5	5	5	5	5	3	4
26	4	3	3	3	4	4	4	4	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	4	4
29	4	4	4	4	3	3	3	4	4
30	4	3	3	3	3	3	3	3	3
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	3	3	3	4	4	3	3	3	3
33	5	2	4	4	4	4	5	4	4
34	5	5	5	5	5	5	5	1	5
35	5	1	5	5	5	5	5	5	5
36	4	2	2	2	2	2	2	3	2
37	5	5	4	3	4	3	4	3	4
38	5	5	4	3	3	5	4	2	4
39	5	5	3	3	2	3	5	4	2
40	4	4	5	5	4	5	5	1	3
41	5	4	5	5	4	5	5	5	5
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	4	3	4	3	4	4	4	4	4
44	5	4	5	5	5	5	4	5	5
45	4	3	5	4	1	3	2	3	4
46	3	3	3	3	3	3	3	3	4
47	3	2	3	3	4	3	3	3	3
48	1	1	1	1	2	1	1	1	1
49	5	5	5	4	4	5	5	3	4

50	4	4	4	4	4	5	5	4	5

No.	Minat								
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9
1	5	4	5	4	5	5	5	3	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	3	2	2	2	2	2	3	3
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	3	2	4	3	3	3	3	3	3
7	5	4	4	5	5	3	3	3	5
8	4	4	3	3	3	4	2	3	4
9	3	3	3	2	2	3	3	3	2
10	4	4	4	4	3	3	3	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	5	4	4	4	4	4	4	5	5
14	2	3	2	4	2	2	3	2	2
15	5	5	5	5	5	5	5	3	4
16	3	3	3	3	3	2	1	3	4
17	2	3	3	3	2	3	3	5	5
18	5	5	4	4	1	5	5	1	1
19	3	3	3	3	4	3	3	3	4
20	4	3	4	3	3	3	4	3	3
21	4	4	4	3	3	4	3	3	3
22	5	4	4	3	4	4	4	3	3
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	3	4	5	5	5	3	4	4	2
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	3	5	4	5	3	3	4	5
27	3	3	4	3	3	4	4	3	3
28	4	4	5	5	5	4	4	4	4
29	3	3	3	3	3	2	2	3	3
30	3	3	4	4	4	3	3	4	3
31	3	3	2	2	2	2	2	2	3
32	5	3	3	3	3	3	4	4	5
33	3	3	4	3	4	3	3	3	4
34	3	2	3	4	3	4	2	3	2
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	3	3	3	3	4	4	5	2	4
37	5	3	3	4	5	5	5	5	3
38	2	3	3	3	2	2	2	4	3
39	5	5	5	4	5	5	5	5	5
40	4	4	4	3	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	2	2	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	4	4	3	3	2	2	4

44	4	4	4	3	5	5	5	1	3
45	4	4	4	5	4	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	4	3	4	5	5	5	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	3	4	5	4	5	4	4	4

No.	Minat								
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9
1	4	4	4	4	4	4	4	3	3
2	2	4	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	4	5	5	4	4	5	5
4	3	3	3	3	3	3	3	2	3
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
6	4	5	5	4	2	5	4	3	4
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	3	3	2	1	1	3	2	3
10	5	4	4	4	4	4	4	5	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	3	5	2	5	5	5	4	1
13	4	3	4	3	2	2	2	3	4
14	3	2	3	3	1	2	3	2	4
15	3	4	4	4	3	3	3	4	3
16	2	3	3	2	2	3	3	3	2
17	3	2	4	4	3	2	2	4	4
18	5	5	5	5	5	5	5	3	3
19	4	4	4	4	3	5	5	5	4
20	3	3	4	2	3	3	3	4	4
21	1	1	1	2	3	1	1	2	1
22	2	2	2	2	2	2	2	2	2
23	4	3	4	4	5	4	4	5	4
24	5	5	5	4	2	5	5	1	4
25	3	3	3	3	2	3	2	2	3
26	4	4	4	4	5	5	4	4	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	2	2	2	2	2	3	2	2	2
30	1	3	3	3	3	3	2	3	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	4	4	4	4	3	4	4	5	4
34	2	3	3	3	3	3	3	3	3
35	5	5	4	4	5	4	4	4	4
36	5	4	4	4	5	5	4	2	4
37	2	2	1	5	2	5	2	2	1

38	5	5	5	5	5	5	4	4	5
39	5	5	4	3	4	3	3	3	4
40	5	5	4	4	3	5	5	1	3
41	5	5	4	4	3	5	5	1	3
42	4	5	5	5	4	5	5	5	4
43	4	5	5	5	5	5	5	3	5
44	4	4	4	4	2	4	4	3	4
45	3	3	3	2	3	3	3	3	3
46	4	4	4	4	5	3	4	5	5
47	5	4	4	4	5	5	5	4	5
48	5	5	5	4	4	4	4	4	4
49	4	4	5	5	5	4	5	4	4
50	2	2	2	2	3	2	2	2	2

Uji Validitas

Correlations											
		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	Total
M1	Pearson Correlation	1	.642**	.663**	.749**	.410*	.729**	.662**	,277	,286	.868**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,016	,000	,000	,113	,101	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
M2	Pearson Correlation	.642**	1	.685**	.507**	,233	.555**	.530**	,222	,216	.728**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,002	,184	,001	,001	,207	,220	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
M3	Pearson Correlation	.663**	.685**	1	.586**	.361*	.451**	.671**	,315	,287	.799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,036	,007	,000	,069	,100	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
M4	Pearson Correlation	.749**	.507**	.586**	1	,292	.481**	.475**	,214	,124	.710**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,094	,004	,004	,225	,484	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
M5	Pearson Correlation	.410*	,233	.361*	,292	1	.458**	.664**	,047	.738**	.659**
	Sig. (2-tailed)	,016	,184	,036	,094		,006	,000	,793	,000	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
M6	Pearson Correlation	.729**	.555**	.451**	.481**	.458**	1	.795**	,124	,300	.773**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,007	,004	,006		,000	,485	,085	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
M7	Pearson Correlation	.662**	.530**	.671**	.475**	.664**	.795**	1	,094	.476**	.846**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,004	,000	,000		,596	,004	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
M8	Pearson Correlation	,277	,222	,315	,214	,047	,124	,094	1	,103	.381*
	Sig. (2-tailed)	,113	,207	,069	,225	,793	,485	,596		,563	,026

	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
M9	Pearson Correlation	,286	,216	,287	,124	.738**	,300	.476**	,103	1	.545**
	Sig. (2-tailed)	,101	,220	,100	,484	,000	,085	,004	,563		,001
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Total	Pearson Correlation	.868**	.728**	.799**	.710**	.659**	.773**	.846**	.381*	.545**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,026	,001	
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											

Correlations

		PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	PK7	PK8	PK9	PK10	TOTAL
PK1	Pearson Correlation	1	,265	-,112	,219	.416*	.355*	,198	.428*	-,279	-,030	,325
	Sig. (2-tailed)		,129	,528	,213	,014	,040	,262	,011	,110	,864	,060
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
PK2	Pearson Correlation	,265	1	,061	,158	,239	,272	,147	-,003	-,086	.363*	.441**
	Sig. (2-tailed)	,129		,731	,372	,173	,120	,408	,985	,629	,035	,009
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
PK3	Pearson Correlation	-,112	,061	1	.803**	,080	,290	.734**	,332	,136	,141	.682**
	Sig. (2-tailed)	,528	,731		,000	,654	,096	,000	,055	,443	,427	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
PK4	Pearson Correlation	,219	,158	.803**	1	,240	.419*	.829**	.505**	-,031	,113	.776**
	Sig. (2-tailed)	,213	,372	,000		,171	,014	,000	,002	,862	,523	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
PK5	Pearson Correlation	.416*	,239	,080	,240	1	,174	,239	.379*	,009	,316	.641**
	Sig. (2-tailed)	,014	,173	,654	,171		,326	,173	,027	,959	,068	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
PK6	Pearson Correlation	.355*	,272	,290	.419*	,174	1	.549**	.488**	-,200	,265	.563**

	Sig. (2-tailed)	,040	,120	,096	,014	,326		,001	,003	,257	,130	,001
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
PK7	Pearson Correlation	,198	,147	.734**	.829**	,239	.549**	1	.653**	-,188	,168	.762**
	Sig. (2-tailed)	,262	,408	,000	,000	,173	,001		,000	,287	,342	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
PK8	Pearson Correlation	.428*	-,003	,332	.505**	.379*	.488**	.653**	1	-.478**	,149	.556**
	Sig. (2-tailed)	,011	,985	,055	,002	,027	,003	,000		,004	,400	,001
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
PK9	Pearson Correlation	-,279	-,086	,136	-,031	,009	-,200	-,188	-.478**	1	-,336	,033
	Sig. (2-tailed)	,110	,629	,443	,862	,959	,257	,287	,004		,052	,852
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
PK10	Pearson Correlation	-,030	.363*	,141	,113	,316	,265	,168	,149	-,336	1	.456**
	Sig. (2-tailed)	,864	,035	,427	,523	,068	,130	,342	,400	,052		,007
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
TOTAL	Pearson Correlation	,325	.441**	.682**	.776**	.641**	.563**	.762**	.556**	,033	.456**	1
	Sig. (2-tailed)	,060	,009	,000	,000	,000	,001	,000	,001	,852	,007	
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

Correlations												
		L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10	TOTAL
L1	Pearson Correlation	1	.507**	-,117	,061	,326	,194	,155	.476**	,212	-,040	.482**
	Sig. (2-tailed)		,002	,509	,733	,060	,271	,380	,004	,230	,823	,004
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
L2	Pearson Correlation	.507**	1	,269	,335	,141	,225	,077	,215	,031	,148	.506**
	Sig. (2-tailed)	,002		,124	,053	,427	,201	,666	,223	,861	,404	,002
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34

L3	Pearson Correlation	-,117	,269	1	.729**	,313	.359*	.437**	,184	,144	,185	.527**
	Sig. (2-tailed)	,509	,124		,000	,072	,037	,010	,297	,416	,296	,001
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
L4	Pearson Correlation	,061	,335	.729**	1	.588**	.465**	.423*	,244	.461**	,194	.693**
	Sig. (2-tailed)	,733	,053	,000		,000	,006	,013	,165	,006	,271	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
L5	Pearson Correlation	,326	,141	,313	.588**	1	.592**	.608**	.767**	.589**	,301	.820**
	Sig. (2-tailed)	,060	,427	,072	,000		,000	,000	,000	,000	,083	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
L6	Pearson Correlation	,194	,225	.359*	.465**	.592**	1	.777**	.545**	.357*	,044	.710**
	Sig. (2-tailed)	,271	,201	,037	,006	,000		,000	,001	,038	,805	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
L7	Pearson Correlation	,155	,077	.437**	.423*	.608**	.777**	1	.619**	.452**	,304	.744**
	Sig. (2-tailed)	,380	,666	,010	,013	,000	,000		,000	,007	,080	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
L8	Pearson Correlation	.476**	,215	,184	,244	.767**	.545**	.619**	1	.436*	,305	.766**
	Sig. (2-tailed)	,004	,223	,297	,165	,000	,001	,000		,010	,079	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
L9	Pearson Correlation	,212	,031	,144	.461**	.589**	.357*	.452**	.436*	1	.432*	.631**
	Sig. (2-tailed)	,230	,861	,416	,006	,000	,038	,007	,010		,011	,000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
L10	Pearson Correlation	-,040	,148	,185	,194	,301	,044	,304	,305	.432*	1	.443**
	Sig. (2-tailed)	,823	,404	,296	,271	,083	,805	,080	,079	,011		,009
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
TOTAL	Pearson Correlation	.482**	.506**	.527**	.693**	.820**	.710**	.744**	.766**	.631**	.443**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	,002	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,009	

	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

1. Hasil Uji Reliabilitas

a. Uji Pengetahuan Konsumen (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.653	10

b. Uji Lokasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	10

c. Uji Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	9

Lampiran 4

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_LK	150	23	50	38.46	5.393
X2_PK	150	20	50	38.69	6.020
Y_MNT	150	9	45	33.47	7.722
Valid N (listwise)	150				

Lampiran 5

Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000

	Std. Deviation	6.16846738
	Absolute	.079
Most Extreme Differences	Positive	.079
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.964
Asymp. Sig. (2-tailed)		.311

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.952	3.858		-.247	.805		
	X1_LK	.414	.124	.289	3.345	.001	.581	1.721
	X2_PK	.478	.111	.373	4.311	.000	.581	1.721

a. Dependent Variable: Y_MNT

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.155	1.487		2.793	.006
	X1_LK	-.089	.048	-.200	-1.872	.063
	X2_PK	.032	.043	.081	.754	.452

a. Dependent Variable: LN_RES

Lampiran 6

Uji Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.952	3.858		-.247	.805		
	X1_LK	.414	.124	.289	3.345	.001	.581	1.721
	X2_PK	.478	.111	.373	4.311	.000	.581	1.721

a. Dependent Variable: Y_MNT

1. Hasil Uji t Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.952	3.858		-.247	.805		
	X1_LK	.414	.124	.289	3.345	.001	.581	1.721
	X2_PK	.478	.111	.373	4.311	.000	.581	1.721

a. Dependent Variable: Y_MNT

2. Hasil Uji F Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3215.885	2	1607.942	41.691	.000[b]
	Residual	5669.448	147	38.568		
	Total	8885.333	149			

a. Dependent Variable: Y_MNT

b. Predictors: (Constant), X2_PK, X1_LK

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602[a]	.362	.353	6.210

a. Predictors: (Constant), X2_PK, X1_LK

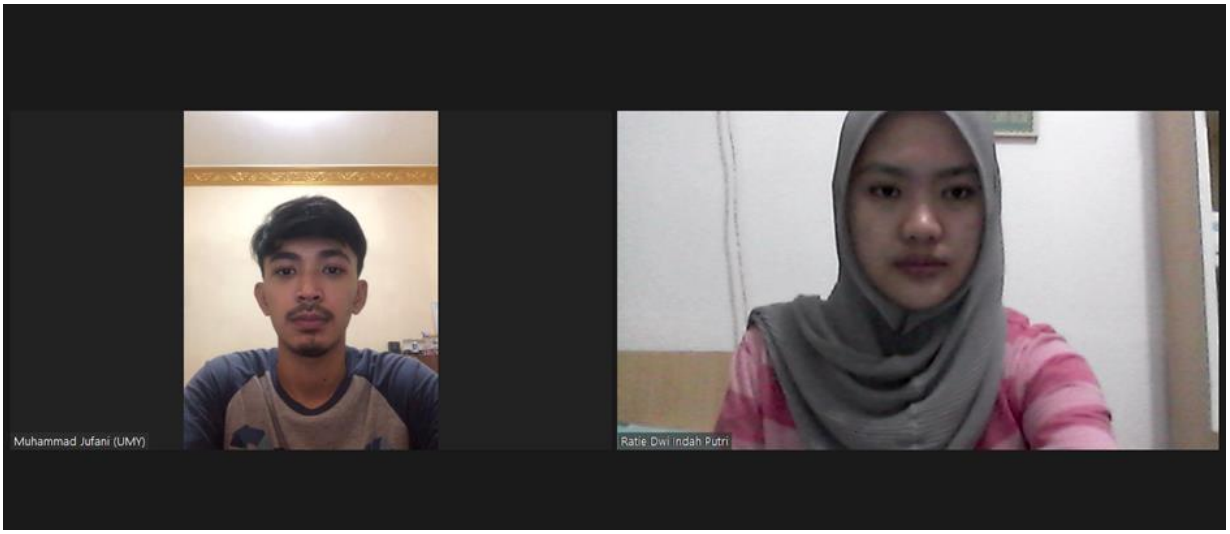
b. Dependent Variable: Y_MNT

Lampiran 7
Bukti Wawancara

1. **Wawancara dengan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia**



2. **Wawancara dengan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



3. **Wawancara dengan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**


16.19
LTE

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tembilahan, Riau pada tanggal 18 Oktober 1999 sebagai anak ke dua dari 3 bersaudara. Saat ini bertempat tinggal di Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau. HP (081372533656). Alamat E-mail ratiedwi18@gmail.com. Pendidikan SD di tempuh di SDN 019 Tembilahan lulus pada tahun 2011, Pendidikan SMP ditempuh di MTsN 094 Tembilahan lulus pada tahun 2014, Pendidikan SMA di SMAN 1 Tembilahan pada tahun 2017. Pendidikan selanjutnya pada tahun 2017 penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Selama di bangku perkuliahan, penulis aktif menjadi bagian dari organisasi Forum Kajian Ekonomi Islam (FKEI) magang menjadi bendahara, dan selanjutnya menjadi anggota bidang PSDI (Pengembangan Sumber Daya Insani). Selain aktif dalam kegiatan kampus, penulis juga aktif di luar kampus dengan menjadi anggota komunitas KTG (Keluarga Tembilahan Gemilang).