

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, REPUTASI,
DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MAHASISWA
MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA**
(Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta angkatan 2017)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

FADIL FARAS ALFARISI
NIM.16.52.31.003

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2022**

PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, REPUTASI DAN
PELAYANAN TERHADAP MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK
SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta angkatan 2017)

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

Fadil Faras Alfarisi
NIM.16.52.31.003

Surakarta, 28 Oktober 2022

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Taufiq Wijaya, S.H.I., M.Si.

NIP.19791218 200901 1 010

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : FADIL FARAS ALFARISI
NIM : 165231003
PRODI : PERBANKAN SYARIAH

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, REPUTASI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta angkatan 2017)"

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 28 Oktober 2022



Fadil Faras Alfarisi

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA: FADIL FARAS ALFARISI

NIM:165231003

PRODI : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS: EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA

Terkait penelitian saya yang berjudul: PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, REPUTASI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH SYARIAH INDONESIA(Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta angkatan 2017)”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari kuesioner yang telah disebar kepada Mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 28 Oktober 2022



Fadil Faras Alfarisi

Taufiq Wijaya, S.H.I.,M.Si.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Fadil Faras Alfarsi

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Fadil Faras Alfarsi NIM:16.52.31.003 yang berjudul: PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, REPUTASI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta angkatan 2017)

Sudah dapat dimunaqasah sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut dimunaqasah dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 28 Oktober 2022
Dosen Pembimbing Skripsi



Taufiq Wijaya, S.H.I.,M..Si.
NIP. 19791218 200901 1 010

PENGESAHAN

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, REPUTASI, DAN PELAYANAN
TERHADAP MINAT MAHASISWA MENABUNG
DI BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Mahasiswa Uin Raden Mas Said Surakarta Angkatan 2017)**

Oleh:

FADIL FARAS ALFARISI

NIM. 16.52.31.003

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Selasa tanggal 08 November 2022 M / 13 Rabi'ul Akhir 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Rais Sani Muharrami, S.E.I.,M.E.I
NIP. 1987828 201403 1 002



Penguji II
Mufti Arief Arfiansyah, M.Ak
NIP. 19890615 202012 1 006




Penguji III
Rahmawati Khoiriyah, M.E
NIP. 19921127 202012 2 002



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




M. Rahmawan Arifin, M. Si
NIP. 19720304 200112 1004

MOTTO

“TETAPLAH DIAM DISINI SAMBIL BERPROSES DAN BIARKAN MASA
DEPANMU YANG NANTINYA AKAN BERBICARA TENTANG
KEBERHASILANMU”

“Yang terlihat sedikit bisa jadi berkahnya melimpah. Makannya jangan bosan
bersyukur. Agar nikmatnya ditambah”

(Ust. Adi Hidayat)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupanjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepada-Mu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang yang berarti disekeliling saya yang selalu semangat dan doa, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Kupersembahkan karya sederhana ini namun penuh perjuangan, pengorbanan, cobaan dan keikhlasan untuk:

1. Allah SWT, Tuhan yang Maha Pengasih dan Maha Perkasa. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berfikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah untuk masa depanku dalam meraih cita-cita.

2. Kedua Orang Tuaku tercinta Bapak Baedoni serta Ibu Murosih atas limpahan doa yang terus mengalir, dukungan serta pengorbanan dan segala hal baik yang telah dilakukan dengan tiada henti.

3. Bapak Taufiq Wijaya S.H.I M.Si. selaku Dosen pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Teman-teman Demisioner DEMA FEBI UIN Surakarta Periode 2017-2018, HMJ Perbankan Syariah UIN Surakarta Periode 2019, FRESH FEBI UIN Surakarta Periode 2016, UKM T-maps UIN Surakarta Periode 2019, Komunitas Mahasiswa Ngapak UIN Surakarta Periode 2018 yang telah berkontribusi penuh untuk kemajuan Fakultas maupun UIN Surakarta.

5. Teman-teman sebaya seperjuangan Purnomo, Adit, Bestian, Misbah, Alvian, Refa, Rudi, Iksan, Anngit, Giarno, Bayu, dsb. yang selalu menemani dan membantu disetiap kesulitanku.

6. Terimakasih buat semua teman-teman kelas PBS A Angkatan 2016 yang sudah memberikan cerita selama masa perkuliahan.

7. Almamaterku, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta (UIN) Surakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Pengetahuan,Religiusitas,Reputasi dan Pelayanan terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017). Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr.H.Mudofir Abdullah, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I.,M.E.I, selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

5. Taufiq Wijaya, S.H.I.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua Orang Tuaku tercinta Bapak Baedoni serta Ibu Murosih atas limpahan doa yang terus mengalir ,dukungan serta pengorbanan dan segala hal baik yang telah dilakukan dengan tiada henti
8. Teman-teman sebaya dan seperjuangan Purnomo, Adit, bestian, Misbah, Alvian,Refa,Rudi,Iksan,Anggit,Giarno,Bayu,dsb.yang selalu menemani dan membantu disetiap kesulitanku.
9. Terimakasih buat semua teman-teman kelas PBS A Angkatan 2016 yang sudah memberikan cerita selama masa perkuliahan

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 28 Oktober 2022

Penulis

ABSTRACT

Variable Y in studied is interested which defined as anything that encourages people to do what people want without any coercion from other parties. Each interest will satisfy a need.

This study aims to determine whether Knowledge, Religiosity, Reputation, and Service affect Student Interest save Islamic Banking Service Indonesian.

This research uses quantitative methods. The sampling technique in this method is using purposive sampling, that the data obtained is that 100 students of UIN Surakarta class 2017 have filled out questionnaires that have been distributed. Data analysis in this study uses multiple linear regression analysis by considering classical assumption tests, Model Accuracy Test and Hypothesis Testing.

The results of this study can be concluded: 1.) Knowledge has no effect on student interest in save Islamic banking for students of UIN Surakarta class 2017, so H1 is rejected and H0 is accepted. 2) Religiosity has a significant effect on student interest in save Islamic banking for students of UIN Surakarta class 2017, so H2 is accepted and rejects H0. 3) Reputation has no effect on student interest in using save Islamic banking for UIN Suarakarta students class 2017, so H3 is rejected and H0 is accepted. 4) Services have a significant effect on student interest in save Islamic banking for students of UIN Surakarta class 2017, so H4 is accepted and rejects H0.

Keywords: Knowledge, Religiosity, Reputation, Service and Interests

ABSTRAK

Variabel Y dalam penelitian ini adalah minat yang didefinisikan segala sesuatu yang mendorong orang untuk melakukan apa yang orang diinginkan tanpa ada paksaan dari pihak lain. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Pengetahuan, Religiusitas, Reputasi, dan Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik Pengambilan Sampel dalam metode ini dengan menggunakan Purposive Sampling, Bahwasanya diperoleh data sebanyak 100 Mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017 telah mengisi kuesioner yang telah disebar. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan mempertimbangkan uji asumsi klasik, Uji Ketepatan Model dan Uji Hipotesis.

Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan: 1.) Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017 maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. 2) Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017 maka H_2 diterima dan menolak H_0 . 3) Reputasi tidak berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa UIN Suarakarta angkatan 2017 maka H_3 ditolak dan H_0 diterima. 4) Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017 maka H_4 diterima dan menolak H_0 .

Kata Kunci: Pengetahuan, Religiusitas, Reputasi, Pelayanan dan Minat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN SURAT PERNYATAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7

1.7 Jadwal Penelitian.....	8
1.8 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Minat.....	10
2.1.2 Pengetahuan.....	11
2.1.3 Religiusitas.....	12
2.1.4 Reputasi.....	14
2.1.5 Pelayanan.....	17
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	23
2.3 Kerangka Berfikir.....	25
2.4 Uji Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian.....	28
3.2 Jenis Penelitian.....	28
3.3 Populasi,Sampel,Teknik Pengambilan sampel.....	29
1. Populasi	29
2. Sampel.....	29
3. Teknik Pengambilan sampel.....	29
3.4 Data dan Sumber Data.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Variabel Penelitian.....	33
3.6.1. Variabel Terikat (Dependen).....	33

3.6.2 Variabel Bebas (Independen).....	33
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.8 Teknik Analisis Data.....	42
3.8.1 Uji Instrumen Penelitian.....	42
1.Uji Validitas.....	42
2.Uji Reliabilitas.....	43
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
1.Uji Normalitas.....	43
2.Uji Multikolonieritas.....	43
3.Uji Heteroskedasititas.....	44
3.8.3 Uji Ketepatan Model	44
1.Uji Koefisien Determinasi.....	45
2.Uji F.....	45
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.8.5 Uji Hipotesis.....	46
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	70
5.3 Saran- Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	25
-----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	32
Tabel 4.1 Jumlah Responden berdasarkan Asal Fakultas.....	48
Tabel 4.2 Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3 Jumlah Responden berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.8 Koefisien.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.11 Hasil Analisis Linier Berganda.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik t.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian.....	71
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 3 Data Responden.....	77.
Lampiran 4 Form Observasi Penelitian	80
Lampiran 5 Pengguna Bank Syariah dan konvensional	81
Lampiran 6 Rekap Data Kuesioner.....	82
Lampiran 7 Hasil Output SPSS	95.
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup	104
Lampiran 9 Bukti Anti Plagiasi.....	105

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank Syariah Indonesia telah memudahkan berbagai bidang salah satunya dibidang pendidikan. Kini masyarakat menjadi semakin mudah dalam melakukan transaksi keuangan.

Kemudahan dalam bertransaksi keuangan telah dimanfaatkan dalam berbagai kalangan tidak hanya dimanfaatkan oleh masyarakat umum saja, salah satunya dikalangan perguruan tinggi islam yang tidak mewajibkan mahasiswa,dosen,dan karyawan untuk menggunakan bank syariah akan tetapi seharusnya banyak yang minat menggunakan bank syariah indonesia sebagai fasilitas dalam melakukan transaksi keuangan. Berikut ini adalah akan dijelaskan mengenai definisi minat menurut beberapa ahli.

Minat merupakan segala sesuatu yang mendorong orang untuk melakukan apa yang orang diinginkan tanpa ada paksaan dari pihak lain. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai penguat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya (Sukanto, 1985).

Menurut Komarudin (1994: 94), berpendapat bahwa minat nasabah adalah suatu rasa ketertarikan pada sesuatu hal tanpa adanya paksaan dari pihak lain untuk bebas memilih sesuatu yang disukainya tersebut. Jadi dapat diartikan bahwa minat mahasiswa (nasabah) dapat diartikan bahwa suatu rasa ketertarikan yang timbul pada nasabah untuk bebas memilih jasa layanan yang ada pada bank syariah tanpa ada paksaan dari pihak lain.

Indonesia yang mayoritas jumlah penduduknya beragama Islam seharusnya menggunakan bank syariah untuk melakukan transaksi keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan saat ini total nasabah bank syariah mencapai sekitar 15 juta jiwa. Sementara itu, nasabah bank konvensional mencapai 80 juta orang. Hal ini membuktikan bahwa nasabah bank syariah baru mencapai 18,75%. (www.ojk.co.id)

Dari observasi awal yang peneliti lakukan terhadap mahasiswa UIN Surakarta guna mengetahui banyak mahasiswa yang menggunakan bank syariah dan konvensional dengan cara menyebar angket yang meliputi perwakilan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) berjumlah 10 angket, Fakultas Ilmu Tarbiyah (FIT) berjumlah 5 angket, Fakultas Adab dan Bahasa (FAB) berjumlah 5 angket, Fakultas Syariah berjumlah 3 angket, serta Fakultas Ushuludin dan Dakwah (FUD) 4 angket. Sasarannya adalah mahasiswa dari angkatan 2016 sampai 2019, jadi angket yang telah disebar total seluruhnya berjumlah 27 angket.

Adapun hasilnya adalah bahwa mahasiswa yang menggunakan bank syariah berjumlah 9 orang dan mahasiswa yang menggunakan bank

konvensional berjumlah 18 orang. Dari hasil tersebut maka timbul permasalahan mengapa mahasiswa UIN Surakarta lebih banyak menggunakan bank konvensional karena ideal nya mahasiswa yang berada di kampus UIN harusnya lebih banyak menggunakan bank syariah. Hal ini tentu terdapat beberapa faktor yang menyebabkan mereka lebih banyak menggunakan bank konvensional.

Menurut riset sebelumnya telah dijelaskan teori tentang pengetahuan, religiutas, reputasi dan pelayanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fathurahman dan Azizah (2018) menyatakan bahwa religiusitas dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap prefensi mahasiswa pada perbankan syariah. Faisal (2016) menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah karena kebutuhan mahasiswa saat ini hanya sekedar meminta uang atau transfer dari orang tua sehingga tidak berdasarkan faktor religiutas akan tetapi lebih pada teknis, misalnya sebagai alat transfer dari orang tua. Namun faktor pengetahuan tetap memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah. Praji (2011) bahwa religiusitas tidak secara signifikan mempengaruhi intensitas menabung masyarakat di bank syariah karena masyarakat saat ini dalam memilih jasa perbankan syariah lebih mengutamakan pada aspek yang bersifat ekonomi atau keuntungan dibandingkan aspek keagamaan dengan kata lain nasabah lebih mengutamakan ekonomi rasional dalam keputusan memilih bank syariah. Sedangkan penelitian yang dilakukan

oleh Mujadid dan Nugroho (2019) bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah

Perbedaan pada penelitian ini dengan Penelitian sebelumnya adalah terletak pada objeknya dimana dalam penelitian terdahulu memang terdapat kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta semester V dan VII, jika dalam penelitian ini menggunakan objek Mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017 namun didalamnya tidak terdapat kasus.

Sebelumnya terdapat dari penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel religiusitas tidak secara signifikan mempengaruhi intensitas menabung masyarakat di bank syariah yang dikarenakan masyarakat saat ini dalam memilih jasa perbankan syariah lebih mengutamakan pada aspek yang bersifat ekonomi atau keuntungan dibandingkan aspek keagamaan dengan kata lain nasabah lebih mengutamakan ekonomi raticonale dalam keputusan memilih bank syariah (Praji, 2011).

Alasan peneliti menggunakan mahasiswa UIN Surakarta sebagai objek penelitiannya adalah ingin mengetahui perkembangan penggunaan bank syariah di tingkat perguruan tinggi khususnya di UIN Surakarta karena UIN Surakarta merupakan salah satu kampus islam di Surakarta, sebagai kampus Islam ternyata sebagian kecil mahasiswanya masih banyak yang menggunakan bank konvensional untuk melakukan transaksi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah belum terlalu berkembang dikalangan mahasiswa, Jika dikalangan mahasiswa di kampus islam masih banyak yang menggunakan bank konvensional apalagi

masyarakat Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam dan apabila seandainya seluruh masyarakat Indonesia masih banyak yang menggunakan bank konvensional maka menjadi pertanyaan besar. Untuk menyelesaikan permasalahan ini tentu tidak mudah perlu proses sedikit demi sedikit tentunya dimulai dari ruang lingkup yang kecil dahulu untuk memulainya.

Namun responden pada penelitian terdahulu sarannya adalah masyarakat sehingga tidak berpengaruhnya minat menabung disebabkan oleh aspek ekonomi sedangkan pada penelitian ini yang diambil adalah mahasiswa sehingga terdapat perbedaan alasan tidak berpengaruhnya minat menjadi nasabah. Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang *“Pengaruh Pengetahuan,Religiutas,Reputasi dan Pelayanan terhadap minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta angkatan 2017*

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana tersebut di atas, maka penulis dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih banyak mahasiswa yang masih menggunakan Bank Konvensional.
2. Masih banyak mahasiswa di Perguruan Tinggi Islam yang masih menggunakan Bank Konvensional.
3. Ada Research gap dalam penelitian terdahulu.

1.3. Batasan Masalah

Dalam hal ini peneliti hanya membahas tentang pengaruh antara pengetahuan, religiusitas, reputasi dan pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung bank syariah pada mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah indonesia ?
2. Apakah ada pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah indonesia?
3. Apakah ada pengaruh reputasi terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah indonesia?
4. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah indonesia?
5. Apakah ada pengaruh pengetahuan, religiusitas, reputasi dan pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah indonesia?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan pokok permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah
- b. Mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah
- c. Mengetahui pengaruh reputasi terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah
- d. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bisa menambah pengetahuan akademik dalam hal untuk menambah wawasan akademik tentang pengaruh pengetahuan, religiusitas, reputasi, dan pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah Indonesia

2. Manfaat secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi bank syariah sebagai bahan masukan dan evaluasi dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan bank syariah untuk lebih meningkatkan kualitas, terutama sehubungan dengan lokasi, produk, reputasi dan pelayanan sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah.

1.7. Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8. Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi. Bab ini menjelaskan secara ringkas berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan berusaha memberi gambaran umum langkah-langkah yang ditempuh dalam penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang kajian teori tentang hubungan pengaruh pengetahuan, religiusitas, reputasi dan pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan metode penelitian yang berkaitan dengan proses penelitian kuantitatif dan analisis data sekunder yang akan diteliti. Bab ini berisi tentang penelitian yang melibatkan mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017 sebagai objek penelitiannya sesuai dengan populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, alat analisis dan pembahasan analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Berisi uraian tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Minat

Minat merupakan segala sesuatu yang mendorong orang untuk melakukan apa yang orang diinginkan tanpa ada paksaan dari pihak lain. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya (Sukanto, 1985).

Ada beberapa tahapan minat antara lain: informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah, pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah, dan keputusan menjadi nasabah ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Komarudin (1994: 94), berpendapat bahwa minat nasabah adalah suatu rasa ketertarikan pada sesuatu hal tanpa adanya paksaan dari pihak lain untuk bebas memilih sesuatu yang disukainya tersebut.

Menurut Ferdinand(2002:192) Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

a. Minat transaksional

Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

b. Minat referensial

Minat referensial yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan referensi pengalamannya.

c. Minat prefensi

Minat prefensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut.

d. Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.1.2. Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo (2005), pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba.

Manusia mendapatkan ilmu pengetahuan dengan berbagai cara, yaitu dengan cara tradisional, seperti bertanya pada orang yang ahli, dari pengalaman setelah menyelesaikan masalah, dan berpikir kritis (Potter dan Perry, 2005).

Menurut Sumarwan(2014:149) pengetahuan dapat diukur melalui beberapa indikator yang meliputi pengetahuan umum seperti dari bank syariah, perbedaan bank syariah dan bank konvensional, produk-produk bank syariah, akad yang digunakan dalam bank syariah, syarat-syarat untuk membuka rekening dan minimal setoran awal saat pembukaan rekening

2.1.3. Religiusitas

Menurut Adimarwan (Rahma,2017: 13) religiusitas merupakan aspek religi/keagamaan yang tertanam pada hati individu. Makna religiusitas dapat digambarkan dengan berbagai hal yang harus dilakukan sebagai petunjuk bagi masing-masing individu tentang bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat. Agama Islam adalah satu pedoman cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah, dan akhlaq.

Menurut Anshori dalam Ghufroon & Risnawita (2010) agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas mengacu pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Ghufroon & Risnawita menegaskan lebih lanjut, bahwa religiusitas merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah

menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya

Menurut Ancok(1994) dimensi religiusitas adalah sebagai berikut berikut :

- a. Dimensi Keyakinan, yang berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut.
- b. Dimensi Praktik Agama, dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Dimensi praktik agama ini terdiri dari dua hal penting, yaitu, Ritual, yang mengacu pada semangat ritus, tindakan keagamaan formal dan praktek-praktek suci yang semua mengharapkan para pemeluk melaksanakan. Ketaatan, ketaatan dan ritual bagaikan ikan dengan air, meski ada perbedaan penting. Apabila aspek ritual dari komitmen sangat formal dan khas publik, semua agama yang dikenal juga mempunyai perangkat tindakan persembahan dan kontemplasi personal yang relatifspontan, informal, dan khas pribadi.
- c. Dimensi Pengalaman, berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subjektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau

didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi, walaupun kecil, dalam suatu esensi ketuhanan, yaitu dengan Tuhan, kenyataan terakhir, dengan otoritas transcendental.

- d. Dimensi Pengetahuan Agama, dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-tradisi.
- e. Dimensi Pengamalan atau Konsekuensi, dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.

2.1.4. Reputasi.

Reputasi menurut Fombrun (dalam Rosidah, 2011: 57) memiliki pengertian sebagai gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek yang dimiliki perusahaan di masa yang akan datang melalui segala kebijakan yang telah diambil apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya.

Asker dan Keller (dalam Sulistiarini, 2008: 14) menyatakan bahwa reputasi perusahaan (corporate reputation) adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas yang dihubungkan dengan nama perusahaan. Ini berarti nama perusahaan memberi pengaruh positif pada respon pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan tetapi sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan secara keseluruhan.

Pada dasarnya reputasi perusahaan merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena memiliki prestasi yang baik dalam system kerjanya yang ada pada perusahaan tersebut, yaitu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan potensinya untuk terus dapat menciptakan hal-hal baru bagi pemenuhan kebutuhan konsumen.

Disamping itu juga adanya integritasi yang tinggi dari pihak penyedia jasa atas pelayanan yang diberikan pada konsumen agar perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik, kemampuan dari penyedia jasa untuk dapat menjalin hubungan kedekatan dengan konsumen agar perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan konsumen yang bermacam-macam.

Jadi dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan adalah pendapat para konsumen mengenai sistem kerjanya perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, atau penilaian tentang keadaan masa lalu dan prospek masa yang akan datang mengenai kualitas perusahaan atau produk.

Reputasi perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting. Contoh keputusan tersebut adalah membeli barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Berlangganan dan perusahaan mempunyai reputasi di masyarakat. Reputasi yang buruk malahirkan dampak negatif bagi operasi bisnis perusahaan dan juga melemahkan kemampuan perusahaan untuk bersaing.

Adapun indikator-indikator reputasi pada penelitian yang dilakukan Hasanah (2015: 20) adalah:

a. Nama baik

Nama baik adalah persepsi para nasabah tentang sejauh mana nama baik yang berhasil dibangun oleh bank bagi sebuah perusahaan, menjaga nama baik tentunya menjadi salah satu kewajiban utama mereka untuk mendukung kelancaran pemasaran bisnisnya. Apabila nama baik yang dimiliki pelaku usaha sudah cukup kuat, maka konsumen akan lebih percaya dengan kemampuan bisnis yang dijalankannya dan tidak ragu lagi untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan.

b. Reputasi pesaing

Reputasi pesaing adalah persepsi para nasabah bank mengenai seberapa baik reputasi bank tersebut dibanding dengan bank-bank lain sebuah perusahaan harus memiliki kekuatan untuk menonjolkan nilai lebih yang dimiliki dibandingkan dengan perusahaan lainya. Artinya ciri khas sangat diperlukan dalam suatu perusahaan.

c. Dikenal luas

Dikenal luas menunjukkan persepsi nasabah, baik tentang sejauh mana nama bank tersebut sudah dikenal luas oleh masyarakat sebuah perusahaan pasti ingin produknya dikenal secara luas baik produk baru maupun produk lamanya. Pada

intinya sebisa mungkin produk bank syariah mampu dikenal luas oleh seluruh lapisan masyarakat.

d. Kemudahan di ingat

Kemudahan diingat menunjukkan persepsi para nasabah bank akan kemudahan nasabah untuk mengingat nama baik bank tersebut jika nama sebuah perusahaan mudah diingat

2.1.5. Pelayanan.

Kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk. Perusahaan yang pernah menjadi pemimpin pasar berdasarkan teknologi atau harga rendah, kini harus bersaing berdasarkan kualitas dan jasa pelanggan (Wijaya, 2011: 1).

Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2006: 52) kualitas merupakan suatu tingkat kesempurnaan yang di harapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Kotler (2008:117) kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifik produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu

ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Pelayanan adalah kegiatan kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (intangible), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat penjual produk atau jasa lain. Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu (Stanton, 2001: 220).

Menurut Kotler (2002: 83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik.

Menurut Hasibuan (2002) pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya.

Menurut Kotler (2004:211) pelayanan mempunyai arti “setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak oleh pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Namun secara umum, pelayanan berarti menyediakan segala apa yang dibutuhkan oleh orang lain.

Memberikan kualitas dan pelayanan pelanggan yang superior secara konsisten akan memungkinkan perusahaan membangun sejumlah kekuatan penting seperti rintangan yang masuk pesaing, loyalitas pelanggan, produk yang terbedakan,

biaya pemasaran yang lebih rendah, dan harga yang lebih tinggi (Wijaya, 2011: 24).

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2006: 59). Sedangkan Lovelock dalam Tjiptono (2002: 58) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen, dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluasi terhadap pelayanan yang diterima pada waktu tertentu.

1. Dimensi Kualitas Pelayanan.

Menurut Van Iwaarden et al. (2003) Dimensi kualitas jasa atau pelayanan dibagi menjadi lima yaitu :

a. Berwujud (tangible)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat di andalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Bukti fisik adalah aspek-aspek nyata yang bisa dilihat dan juga bisa diraba atau kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

b. Keandalan (reliability)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara profesional dan terpercaya. Kinerja yang dilakukan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti tepat waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

c. Ketanggapan (responsiveness)

Yaitu suatu tindakan untuk memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. Jaminan (assurance)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy).

e. Empati (emphaty)

Empati adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen untuk memahami keinginan konsumen. Setiap perusahaan jasa akan lebih baik jika memperhatikan kebutuhan pelanggan setiap pelanggan

2.1.6. Hubungan antar variabel

Hubungan antara pengaruh minat mahasiswa menabung di bank syariah

Menurut Notoatmodjo (2005), pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba.

Sesuai dengan definisi diatas maka semakin tinggi pengetahuan yang dimilikinya tentang keunggulan bank syariah dan apabila hal ini disertai dengan rasa kepuasan yang telah dirasakan ketika menabung di bank syariah maka minat mahasiswa juga akan semakin tinggi karena tingkat kepercayaannya pun juga akan semakin tinggi.

Hubungan antara pengaruh religiutas terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Menurut Adimarwan (Rahma,2017: 13) religiusitas merupakan aspek religi/keagamaan yang tertanam pada hati individu.

Sesuai dengan definisi tersebut maka semakin tinggi rasa religiutas pada mahasiswa khususnya mahasiswa yang berada di kampus maka idealnya minat mahasiswa menggunakan layanan bank syariah semakin banyak akan tetapi hal ini mungkin jarang terjadi karena ada berbagai alasan yang membuat mereka lebih banyak menggunakan layanan bank konvensional.

Hubungan antara pengaruh reputasi terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Asker dan Keller (dalam Sulistiari, 2008: 14) menyatakan bahwa reputasi perusahaan (corporate reputation) adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas yang dihubungkan dengan nama perusahaan. Ini berarti nama perusahaan memberi pengaruh positif pada respon pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk atau jasa layanan bank syariah sangat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah, apabila para mahasiswa memberikan respon positif maka minat mahasiswa dalam menggunakan bank syariah akan semakin bertambah begitu pula sebaliknya.

Hubungan antara pengaruh pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung bank syariah.

Menurut Hasibuan (2002) pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya.

Pelayanan dalam hal ini juga berpengaruh besar terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah karena jika pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan kepada para mahasiswa nya maka mahasiswa akhirnya banyak yang berminat menabung di bank syariah karena menabung merupakan salah satu produk bank syariah.

2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan

Pengambilan penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu seperti:

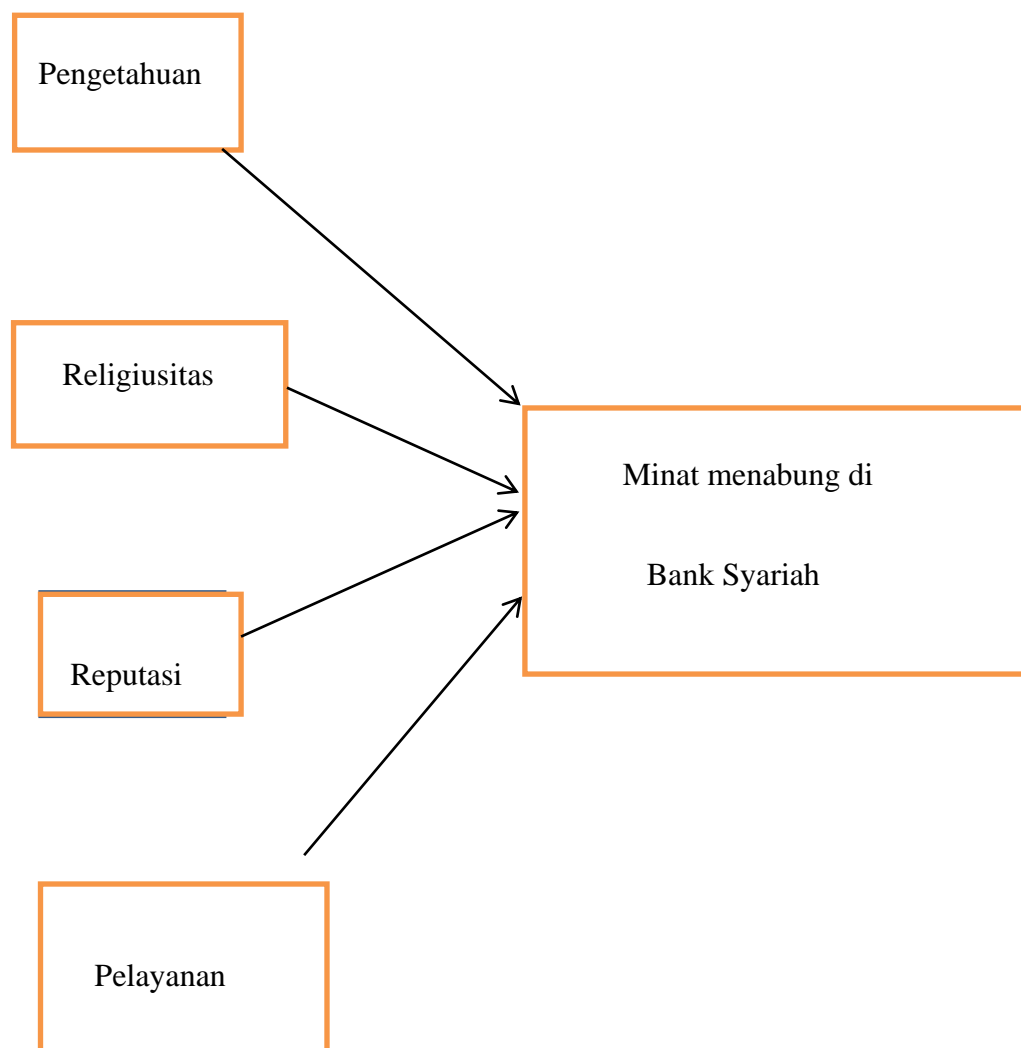
1. *Yuliana Siti Chotifah(2018) ” Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling”* .Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari jawaban responden pada kuesioner. Penelitian ini terdiri dari dua variable yaitu independen (bebas) dan dependen (terikat).variabel independen adalah pengetahuan nasabah, sedangkan variable dependen yaitu minat konsumen. Penelitian ini mendapatkan sebuah kesimpulan bahwa pengetahuan tentang office channeling berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada nasabah di BRI Kartasura.
- 2 *Ayif Fatturahman dan Umi Azizah (2018) ”Analisis Faktor-Faktor Prefensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta)”* .Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta semester V yang berjumlah 322 mahasiswa dan semester VII yang berjumlah 279 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta semester V dan VII. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling,yaitu

teknik pengambilan sample berdasarkan beberapa kriteria yang ditetapkan peneliti. Penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa faktor agama berpengaruh positif terhadap tingkat prefensi mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta pada Perbankan Syariah. Faktor pengetahuan berpengaruh positif terhadap tingkat prefensi mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta pada Perbankan Syariah.

3. *Annangadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina, Eka Agustianingsih (2013) " Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah "* .Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Populasi merupakan seluruh nasabah bank syariah. Teknik sampling yang dilakukan secara non probability sampling dan metode pengumpulan sampelnya adalah menggunakan sampling quota. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan, religiutas, produk, reputasi dan pelayanan yang ada di Bank Syariah memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan dalam menentukan apakah seorang nasabah akan menabung dibank tersebut atau tidak.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu peneliti menggunakan objek yang berbeda yaitu penelitian terhadap mahasiswa IAIN Surakarta. Peneliti menggunakan variabel pengetahuan, religiutas, reputasi, dan pelayanan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

2.3. Kerangka Berfikir



Kerangka berfikir diatas menjelaskan terkait adanya pengaruh pengetahuan, religiutas, reputasi dan pelayanan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah. Variabel yang dipengaruhi adalah minat mahasiswa, sedangkan variabel yang mempengaruhi variabel terikat (variabel bebas) adalah pengetahuan, religiutas ,reputasi dan pelayanan

(Abhimantra,Maulina,dan Agustianingsih,2013)

2.4. Hipotesis

Mengacu pada kerangka berfikir dan studi empiris yang berkaitan dengan penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Penelitian mengenai pengaruh pengetahuan yang dilakukan oleh Annanggadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina, Eka Agustianingsih (2013) menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

H1: Variabel pengetahuan diduga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa.

Penelitian mengenai pengaruh pelayanan yang dilakukan oleh Annanggadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina, Eka Agustianingsih (2013) menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah

H2: Variabel religiusitas diduga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa.

Penelitian mengenai pengaruh pelayanan yang dilakukan oleh Annanggadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina, Eka Agustianingsih (2013) menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

H3: Variabel reputasi diduga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa.

Penelitian mengenai pengaruh pelayanan yang dilakukan oleh Annangadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina, Eka Agustianingsih (2013) menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

H4: Variabel pelayanan diduga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa.

H5: Variabel pengetahuan, religiusitas, reputasi dan pelayanan diduga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu yang digunakan untuk menyusun proposal dan melaksanakan penelitian ini dari bulan Oktober 2019 sampai bulan Januari 2020. Penelitian ini dilakukan di UIN Surakarta yang beralamat di Jl.Pandawa, Pucangan ,Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *Explanatory Research* dengan pendekatan kuantitatif. *Explanatory Research* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal variabel penelitian melalui pengujian hipotesa. Jenis penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan, sehingga dengan pengujian hipotesis akan diketahui signifikan antara pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2014).

Pendekatan kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan dan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.3.1. Populasi

Menurut Supranto (2008: 22) populasi adalah kumpulan dari seluruh elemen sejenis tetapi dapat di bedakan satu sama lain karena karakteristiknya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Surakarta dengan jumlah mahasiswa dari tahun 2017, yaitu sejumlah 8026 mahasiswa.

3.3.2. Sampel

Menurut Hakim (2010: 9) sampel adalah sebuah himpunan bagian dari sebuah populasi yang berisi sebagian dari elemen-elemen populasi. Menurut Sugiyono (2010:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila peneliti melakukan penelitian terhadap populasi yang besar, sementara peneliti ingin meneliti tentang populasi tersebut dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel, sehingga generalisasi kepada populasi yang diteliti.

Maknanya sampel yang diambil dapat mewakili atau representative bagi populasi tersebut. dari pengertian tersebut untuk melakukan penelitian maka akan diambil 100 responden dari 8026 mahasiswa UIN Surakarta, 100 dirasa cukup untuk memberikan hasil yang dapat mewakili populasi

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Menurut Suharyadi dan Purwanto (2009: 17),

penarikan sampel purposive adalah penarikan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut didasarkan pada kepentingan atau tujuan penelitian. Pertimbangan yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sejumlah mahasiswa UIN yang masih tercatat sebagai mahasiswa aktif di UIN Surakarta dan mahasiswa UIN Surakarta yang menggunakan jasa bank syariah. Melihat luasnya dari populasi maka peneliti membatasi untuk pengambilan sampel, penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini berdasarkan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = error/ ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir (10%)

jumlah populasi mahasiswa UIN Surakarta pada tahun 2017 adalah 8026 mahasiswa. Maka sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{8026}{1 + Ne^2}$$

$$\begin{aligned}
 & 1 + (8026) \cdot (0,1)^2 \\
 = & \frac{8026}{1 + 8026 \cdot 0,01} \\
 = & 98,77 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}
 \end{aligned}$$

Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

3.4. Data dan Sumber Data

3.4.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang di peroleh secara langsung dari objek yang di teliti. Menurut Sugiyono (2010: 137) menyatakan bahwa sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh langsung dengan memberikan kuisisioner kepada para mahasiswa UIN Surakarta yang menggunakan bank syariah.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan yang nantinya akan menjawab rumusan masalah penelitian yang ada. Menurut (Sugiyono, 2012) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber maupun berbagai cara. Dalam segi setting dapat dikumpulkan di rumah, diskusi, seminar dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden tersebut. Kuesioner ini sangat efektif apabila peneliti ingin mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2012).

Untuk mengukur pendapat responden digunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala yang digunakan untuk membuat angket dengan mengukur sikap dan pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial yang berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dengan menggunakan skala *Likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan dalam bentuk indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun susunan instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Indeks yang digunakan dalam skala ini sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala *Likert*

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Netral	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono, (2012)

3.6. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan Sugiyono (2013: 38). Variabel

penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel terikat (variabel dependen) dan variabel bebas (variabel independen).

3.6.1. Variabel terikat (dependen)

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013: 59). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah.

3.6.2. Variabel bebas (independen)

Merupakan variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono, 2012: 59). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

- 1) . Variabel Pengetahuan (X_1)
- 2) . Variabel Religiusitas (X_2).
- 3) . Variabel Reputasi (X_3).
- 4) . Variabel Pelayanan (X_4)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai variabel dalam penelitian ini, akan dijelaskan definisi operasional masing-masing variabel sebagai berikut:

3.7 .1. Variabel Dependen

Menurut Komarudin (1994: 94), berpendapat bahwa minat nasabah adalah suatu rasa suka serta rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa adanya dorongan dari pihak lain, minat beli ini merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen.

Menurut Ferdinand(2002:192) Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

a. Minat Transaksional

Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

b. Minat refrensional

Minat Refresional yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan referensi pengalamannya.

c. Minat prefensi

Minat prefensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut.

d. Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

3.7.2. Variabel Independen

1. Pengetahuan

Pengetahuan nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan mengenai fungsi dan hal terkait lainnya terkait produk dan jasa tersebut (Sumarwan, 2002: 199).

Menurut Sumarwan(2014:149) pengetahuan dapat diukur melalui beberapa indikator yang meliputi pengetahuan umum seperti dari bank syariah, perbedaan bank syariah dan bank konvensional, produk-produk bank syariah, akad yang digunakan dalam bank syariah, syarat-syarat untuk membuka rekening dan minimal setoran awal saat pembukaan rekening.

2. Religiusitas

Menurut Anshori dalam Ghufroon & Risnawita (2010) agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Ghufroon & Risnawita menegaskan lebih lanjut, bahwa religiusitas merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah

menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya

Menurut Ancok (1994) dimensi religiusitas adalah sebagai berikut berikut :

- a. Dimensi Keyakinan, yang berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut.
- b. Dimensi Praktik Agama, dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Dimensi praktik agama ini terdiri dari dua hal penting, yaitu, Ritual yang mengacu pada semangat ritus, tindakan keagamaan formal dan praktek-praktek suci yang semua mengharapkan para pemeluk melaksanakan. Ketaatan, ketaatan dan ritual bagaikan ikan dengan air, meski ada perbedaan penting. Apabila aspek ritual dari komitmen sangat formal dan khas publik, semua agama yang dikenal juga mempunyai perangkat tindakan persembahan dan kontemplasi personal yang relative spontan, informal, dan khas pribadi.
- c. Dimensi Pengalaman, berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subjektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi, walaupun kecil, dalam suatu

esensi ketuhanan, yaitu dengan Tuhan, kenyataan terakhir, dengan otoritas transcendental.

d. Dimensi Pengetahuan Agama, dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-tradisi.

e. Dimensi Pengamalan atau Konsekuensi, dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.

3. Reputasi

Asker dan Keller (dalam Sulistiarini, 2008: 14) menyatakan bahwa reputasi perusahaan (*corporate reputation*) adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas yang dihubungkan dengan nama perusahaan. Ini berarti nama perusahaan memberi pengaruh positif pada respon pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan tetapi sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan secara keseluruhan.

Pada dasarnya reputasi perusahaan merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, yaitu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan dirinya untuk terus dapat menciptakan hal-hal baru bagi pemenuhan kebutuhan konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan adalah persepsi konsumen mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, atau

penilaian tentang keadaan masa lalu dan prospek masa yang akan datang mengenai kualitas perusahaan atau produk.

Reputasi perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting. Contoh keputusan tersebut adalah membeli barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Berlangganan dan perusahaan mempunyai reputasi di masyarakat. Reputasi yang buruk melahirkan dampak negatif bagi operasi bisnis perusahaan dan juga melemahkan kemampuan perusahaan untuk bersaing.

Adapun indikator-indikator reputasi pada penelitian yang dilakukan Hasanah (2015: 20) adalah:

a. Nama baik

Nama baik adalah persepsi para nasabah tentang sejauh mana nama baik yang berhasil dibangun oleh bank bagi sebuah perusahaan, menjaga nama baik tentunya menjadi salah satu kewajiban utama mereka untuk mendukung kelancaran pemasaran bisnisnya. Apabila nama baik yang dimiliki pelaku usaha sudah cukup kuat, maka konsumen akan lebih percaya dengan kemampuan bisnis yang dijalannya dan tidak ragu lagi untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan.

b. Reputasi pesaing

Reputasi pesaing adalah persepsi para nasabah bank mengenai seberapa baik reputasi bank tersebut dibanding dengan bank-bank lain sebuah perusahaan harus memiliki kekuatan untuk menonjolkan nilai lebih yang dimiliki dibandingkan dengan perusahaan lainya. Artinya ciri khas sangat diperlukan dalam suatu perusahaan.

c. Dikenal luas

Dikenal luas menunjukkan persepsi nasabah, baik tentang sejauh mana nama bank tersebut sudah dikenal luas oleh masyarakat sebuah perusahaan pasti ingin produknya dikenal secara luas baik produk baru maupun produk lamanya.

d. Kemudahan di ingat

Kemudahan di ingat menunjukkan persepsi para nasabah bank akan kemudahan nasabah untuk mengingat nama baik bank tersebut jika nama sebuah perusahaan mudah di ingat maka orang akan lebih mudah menemukan anda di search engine atau dalam dunia nyata. Seperti halnya perusahaan yang bernama International Business Machine lebih di kenal dengan sebutan IBM]

4. Pelayanan

Menurut Kotler (2004:211) pelayanan mempunyai arti “setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak oleh pihak lain dan pada dasarnya

tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Namun secara umum, pelayanan berarti menyediakan segala apa yang dibutuhkan oleh orang lain.

Menurut Van Iwaarden et al. (2003) Dimensi kualitas jasa atau pelayanan dibagi menjadi lima yaitu :

a. Berwujud (tangible)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat di andalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa

b. Keandalan (reliability)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

c. Ketanggapan (responsiveness)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. Jaminan (assurance)

Yaitu pengetahuan, kesopan santunan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy).

e. Empati (emphaty)

Empati adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen untuk memahami keinginan konsumen. Setiap perusahaan jasa akan lebih baik jika memperhatikan kebutuhan pelanggan setiap pelanggan.

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Uji Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2012) instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti. Untuk melakukan pengukuran agar menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran. Dengan menggunakan skala pengukuran, nilai variabel yang diukur dengan instrumen dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien serta komunikatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert.

Apabila kuesioner yang disebarkan benar-benar dapat mengukur apa yang akan diukur nantinya, maka kuesioner harus valid dan reliabel. Maka digunakan

uji validitas dan uji reliabilitas terhadap pertanyaan agar nantinya hasil data yang didapat benar-benar sesuai dengan apa yang ingin diukur.

1. Uji Validitas

Validitas adalah kecermatan atau ketepatan suatu instrumen dalam mengukur konsep tertentu. Uji validitas ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Teknik yang digunakan yaitu melakukan korelasi bivariante antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Teknik ini membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , r_{tabel} dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data $(n) = 120$, $df = n-2$ Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti pernyataan tersebut valid dan apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti pernyataan tersebut tidak valid (Ghozali, 2013).

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS 22.0 *for windows* untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2013).

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah syarat untuk semua model regresi agar bisa disebut sebagai model empiris yang baik. Penelitian ini menggunakan asumsi klasik linier. Adapun serangkaian uji asumsi klasik terdiri sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat *Asymp.Sig.(2-tailed)* pada hasil uji dengan menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test* (K-S). Data bisa dikatakan terdistribusi normal jika nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* $> 0,05$ (Ghozali, 2013).

2. Uji Multikolonieritas

Untuk menguji pada model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Multikolonieritas bisa dilihat dari nilai *tolerance value* dan lawanya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian pada uji multikolonieritas, jika nilai dari VIF < 10 dan nilai dari *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi gejala multikolonieritas, sebaliknya apabila nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* $< 0,10$ maka terjadi gejala multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2013).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau tidak ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi apabila terjadi gejala heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan menggunakan Uji Park. Uji park dapat dilakukan dengan cara meregresikan nilai residual ($Lnei2$) dengan masing-masing

variabel independen (Ghozali, 2013). Adapun kriteria Uji Park menurut Ghozali, 2013 adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas $> 5\%$ (0,05) maka dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai probabilitas $< 5\%$ (0,05) maka dikatakan terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.8.3. Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model atau uji kelayakan model digunakan mengukur ketepatan fungsi regresi sampel pada saat mengukur nilai aktual. Secara statistik, uji ketepatan model dapat dilakukan melalui pengukuran nilai koefisien determinasi (Uji Adjusted R^2) dan uji statistik F (Ghozali, 2013).

1. Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R^2)

Uji koefisien determinasi (Uji Adjusted R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi itu sendiri yaitu antara angka nol dan satu. Jika R^2 memiliki nilai yang kecil, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen akan terbatas, dan jika nilai R^2 mendekati nilai satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel independen (Ghozali, 2013).

2. Uji F

Uji ini bertujuan untuk mengetahui model penelitian dapat dikatakan fit atau tidak. Uji F dapat dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan kriteria pengambilan keputusan yaitu dengan membandingkan nilai f hitung dan f tabel, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013).

3.8. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel tergantung. Analisis ini menggunakan skala pengukuran yang sifatnya kuantitatif/ numerik baik untuk variabel bebas maupun variabel tergantungnya (Sarwono, 2013).

Adapun persamaan umum regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah

a = Konstanta

$b_1 \dots b_4$ = Koefisien regresi parsial

X_1 = Variabel Pengetahuan

X_2 = Variabel Religiusitas

X_3 = Variabel Reputasi

X_4 = Variabel Pelayanan

e = Faktor Pengganggu

3.8.5. Uji Hipotesis (Uji statistik t)

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji statistik t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat melalui tabel coefficients pada kolom sig. Dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial apabila probabilitas nilai signifikasinya $< 0,05$. Dan dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas dan variabel terikat apabila probabilitas nilai signifikasinya $> 0,05$. Hasil uji t juga dapat dilihat jika t hitung $> t$ tabel, artinya suatu variabel secara individual atau parsial mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2013).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 . Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, populasinya adalah mahasiswa IAIN Surakarta yang didalamnya terdapat lima fakultas yang meliputi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Ilmu Tarbiyah (FIT), Fakultas Syariah (FASYA), Fakultas Adab dan Bahasa (FAB), dan Fakultas Ushuludin dan Dakwah (FUD). yang menggunakan jasa bank syariah.

Kuesioner disebar melalui google formulir kepada responden yang menggunakan bank syariah. Dari data yang terkumpul akan diidentifikasi berdasarkan Fakultas, Jenis Kelamin, dan Usia. Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui secara umum gambaran dari responden dalam penelitian ini.

Jumlah total kuesioner yang disebar langsung ke lapangan adalah 105 kuesioner tetapi kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 kuesioner. Jadi ada 5 kuesioner yang tidak dipakai, hal ini dikarenakan pada saat pengisian kuesioner, responden kurang teliti sehingga ada kuesioner yang tidak terisi secara lengkap.

Berikut ini adalah profil 100 responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian:

Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas

Tabel 4.1

Jumlah Responden Berdasarkan Asal Fakultas

Fakultas	Jumlah Responden	Presentase (%)
FAB	14	14,0
FASYA	12	12,0
FEBI	49	49,0
FIT	9	9,0
FUD	16	16,0
Total	100	100,0

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dalam penelitian di atas menunjukkan bahwa responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini adalah responden yang berasal dari FAB sebanyak 14 responden atau 14%, FASYA sebanyak 12 responden atau 12%, FEBI sebanyak 49 responden atau 49%, FIT sebanyak 9 responden atau 9%, dan FUD sebanyak 16 responden atau 16%. Responden dalam kategori fakultas didominasi oleh responden yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki-Laki	30	30,0
Perempuan	70	70,0
Total	100	100,0

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dalam penelitian di atas menunjukkan bahwa responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 30 responden dari seluruh responden atau sekitar 30,0% dari seluruh jumlah responden yang ada. Sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 70 atau sekitar 70,0% dari seluruh responden yang ada dalam penelitian ini. Pada kategori jenis kelamin didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan.

4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
17	1	1,0
18	6	6,0
19	18	18,0
20	27	27,0
21	29	29,0
22	15	15,0
23	4	4,0
Total	100	100,0

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Responden dengan usia 17 tahun sebanyak 1 responden atau sekitar 1,0%.
Responden dengan usia 18 tahun sebanyak 6 responden atau sekitar 6,0%.
Responden dengan usia 19 tahun sebanyak 18 responden atau sekitar 18,0%.
Responden dengan usia 20 tahun sebanyak 27 responden atau sekitar 27,0%.
Responden dengan usia 21 tahun sebanyak 29 responden atau sekitar 29,0%.
Responden dengan usia 22 tahun sebanyak 15 responden atau sekitar 15,0%.
Responden dengan usia 23 tahun sebanyak 4 responden atau sekitar 4,0%. Pada kategori usia lebih didominasi oleh responden yang berusia 21 tahun dengan jumlah responden sebanyak 29 responden atau sekitar 29,0%.

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen data dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji kuesioner yang digunakan agar seakurat mungkin dan dapat dipertanggungjawabkan. Uji ini dilakukan untuk mengetahui dan menguji apakah sebuah instrumen itu baik atau tidak. Adapun uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan pada lima variabel dalam penelitian ini yaitu Pengetahuan, Religiusitas, Reputasi, Pelayanan dan Minat. Teknik yang digunakan yaitu melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Teknik ini membandingkan nilai rhitung dengan rtabel, rtabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data $(n) = 100$, $df = n-2$ Apabila nilai rhitung > rtabel, berarti pernyataan tersebut

valid dan apabila nilai rhitung < rtabel berarti pernyataan tersebut tidak valid (Ghozali, 2013). Disini r tabel yaitu 0,196 yang didapat dari table r (koefisien korelasi sederhana). **Tabel 4.4**

Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pengetahuan	PGTH1	0,728	0,196	Valid
	PGTH2	0,775	0,196	Valid
	PGTH3	0,696	0,196	Valid
	PGTH4	0,709	0,196	Valid
	PGTH5	0,768	0,196	Valid
Religiusitas	RLG1	0,776	0,196	Valid
	RLG2	0,822	0,196	Valid
	RLG3	0,863	0,196	Valid
	RLG4	0,784	0,196	Valid
	RLG5	0,769	0,196	Valid
Reputasi	RPTS1	0,598	0,196	Valid
	RPTS2	0,797	0,196	Valid
	RPTS3	0,737	0,196	Valid
	RPTS4	0,670	0,196	Valid
	RPTS5	0,674	0,196	Valid
	RPTS6	0,663	0,196	Valid
Pelayanan	PLYN1	0,828	0,196	Valid
	PLYN2	0,833	0,196	Valid
	PLYN3	0,651	0,196	Valid
	PLYN4	0,632	0,196	Valid
	PLYN5	0,740	0,196	Valid
	PLYN6	0,788	0,196	Valid
	PLYN7	0,827	0,196	Valid
Minat	MNT1	0,760	0,196	Valid
	MNT2	0,761	0,196	Valid
	MNT3	0,775	0,196	Valid
	MNT4	0,762	0,196	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan hasil analisis dari uji validitas di atas diketahui bahwa semua variabel nilai r hitung $>$ r tabel, hal ini menunjukkan

bahwa pernyataan tersebut mampu mengukur variabel yang ingin diukur, atau pernyataan tersebut semuanya valid. Artinya semua item pernyataan mampu mengukur variabel pengetahuan, religiusitas, reputasi, pelayanan dan minat.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS 22.0 *for windows* untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,70 (Ghozali, 2013). Hasil keseluruhan dari uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabel	Keterangan
Pengetahuan	0,784	0,70	Reliabel
Religiusitas	0,858	0,70	Reliabel
Reputasi	0,781	0,70	Reliabel
Pelayanan	0,874	0,70	Reliabel
Minat	0,762	0,70	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa keempat variabel mempunyai nilai *cronbach alpha* $>$ 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan pada variabel pengetahuan, religiusitas, reputasi,

pelayanan dan minat dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat *Asymp.Sig.(2-tailed)* pada hasil uji dengan menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test* (K-S). Data bisa dikatakan terdistribusi normal jika nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* $> 0,05$ (Ghozali, 2013). Berikut ini adalah hasil perhitungan uji normalitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.6

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,57889223
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,047
	Negative	-,043
Test Statistic		,047
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer, diolah 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* adalah 0,200 sehingga dapat diketahui bahwa nilai dari *Asymp.Sig.(2-tailed)* $> 0,05$ yaitu $0,200 > 0,05$. Berdasarkan hasil dari tabel diatas maka dapat

disimpulkan bahwa data residual telah terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Untuk menguji pada model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Multikolonieritas bisa dilihat dari nilai *tolerance value* dan lawanya *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kriteria pengujian pada uji multikolonieritas, jika

nilai dari $VIF < 10$ dan nilai dari *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas, sebaliknya apabila nilai $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* $< 0,10$ maka terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen.

dalam model regresi (Ghozali, 2013). Hasil perhitungan diperoleh dari hasil nilai *VIF* dan *tolerance* sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan	0,720	1,388	Tidak terjadi multikolinearitas
Religiusitas	0,873	1,146	Tidak terjadi multikolinearitas
Reputasi	0,536	1,867	Tidak terjadi multikolinearitas
Pelayanan	0,542	1,844	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pengetahuan sebesar 0,720 dan *VIF* sebesar 1,388, religiusitas nilai *tolerance* sebesar 0,873 dan *VIF* sebesar 1,146, reputasi nilai *tolerance* sebesar 0,536 dan *VIF* sebesar 1,867 dan pelayanan nilai *tolerance* sebesar 0,542 dan *VIF* sebesar 1,844. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* kurang dari 10, maka variabel penelitian dianggap bebas dari gejala multikolinieritas.

Dari analisis diatas dapat dinyatakan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas, reputasi, pelayanan dan minat dapat dinyatakan tidak mengalami gangguan multikolinieritas dalam model regresi, sehingga memenuhi syarat analisis regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat dengan uji gletser, uji ini digunakan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Terjadi heteroskedastisitas jika variabel independennya signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Jika probabilitas signifikannya di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Hasil pengujian heterokedastisitas dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.8
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,302	,934		1,394	,167
	PENGETAHUAN	-,020	,036	-,067	-,565	,573
	RELIGIUSITAS	,047	,038	,134	1,245	,216
	REPUTASI	,024	,040	,082	,595	,553
	PELAYANAN	-,049	,036	-,184	-1,342	,183

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa hasil uji park terlihat bahwa nilai

probabilitas $\text{sig} > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan penggunaan berdasarkan masukan variabel independen pengetahuan, religiusitas, reputasi, pelayanan.

4.2.1 Hasil Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model atau uji kelayakan model digunakan mengukur ketepatan fungsi regresi sampel pada saat mengukur nilai aktual. Secara statistik, uji ketepatan model dapat dilakukan melalui pengukuran nilai koefisien determinasi (Uji Adjusted R²) dan uji statistik F (Ghozali, 2013).

1. Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R²)

Uji koefisien determinasi (Adjusted R²) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat yaitu antara angka nol dan satu. Jika nilai R² kecil, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen akan terbatas, dan jika nilai R² mendekati nilai satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel independen (Ghozali, 2013). Berikut adalah hasil uji determinasi dalam penelitian ini:

Tabel 4.9

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,761 ^a	,579	,562	1,612

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, REPUTASI

b. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui besarnya nilai *adjusted r square* adalah 0,562 hal ini berarti variasi variabel keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel independen (pengetahuan, religiusitas, reputasi, pelayanan) sebesar 56,2%. Sedangkan 43,8% ($100\% - 56,2\% = 43,8\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

2. Uji F

Uji ini bertujuan untuk mengetahui model penelitian dapat dikatakan fit atau tidak. Uji F dapat dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan kriteria pengambilan keputusan yaitu dengan membandingkan nilai f hitung dan f tabel, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Hasil uji f variabel pengetahuan,

religiusitas, reputasi dan pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10

Hasil Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	339,793	4	84,948	32,699	,000 ^b
	Residual	246,797	95	2,598		
	Total	586,590	99			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, REPUTASI

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dari perhitungan data diatas, didapat nilai Fhitung sebesar 32,699 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Untuk menghitung Ftabel sebelumnya menentukan terlebih dahulu df1 dan df2, dengan nilai signifikansi 0,05. Dimana df1 adalah jumlah variabel independennya yaitu 3, sedangkan df2 adalah nilai residual dari model (n-k-1) yaitu 95 dimana (n) adalah jumlah responden dan (k) adalah jumlah variabel independen.

Ftabel = 2,47 (diperoleh dari F Tabel), sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai Fhitung > Ftabel (32,69 > 2,47) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, hal ini menunjukkan H1 diterima dan H0 ditolak sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan, religiusitas, reputasi, pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda berarti bahwa dalam suatu persamaan regresi terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Analisis ini menggunakan skala pengukuran yang sifatnya kuantitatif atau numerik baik untuk variabel bebas maupun variabel terganggunya.

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen yaitu yang terdiri dari pengetahuan, religiusitas, reputasi, dan pelayanan terhadap variabel dependennya yaitu minat mahasiswa menggunakan jasa bank syariah. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,552	1,542		-1,006	,317
	PENGETAHUAN	,101	,059	,133	1,696	,093
	RELIGIUSITAS	,167	,063	,190	2,670	,009
	REPUTASI	,052	,066	,072	,791	,431
	PELAYANAN	,366	,060	,553	6,120	,000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.11 diatas persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$TM = -1,552 + 0,101 TPEN + 0,167 TRL + 0,052 TRE + 0,366 TPEL$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar $-1,552$, artinya pada saat/nilai skor independen (pengetahuan, religiusitas, reputasi, dan pelayanan) sama dengan 0, maka tingkat minat mahasiswa menabung di bank syariah sebesar $-1,552$.
2. Koefisien regresi pengetahuan (X_1) sebesar $0,101$, artinya jika variabel pengetahuan meningkat, maka akan meningkatkan minat mahasiswa menabung di bank syariah sebesar $0,101$ dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
3. Koefisien regresi religiusitas (X_2) sebesar $0,167$, artinya jika variabel religiusitas meningkat, maka akan meningkatkan minat mahasiswa menabung di bank syariah sebesar $0,167$ dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
4. Koefisien regresi reputasi (X_3) sebesar $0,052$, artinya jika variabel reputasi meningkat, maka akan meningkatkan minat mahasiswa menabung di bank syariah sebesar $0,052$ dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
5. Koefisien regresi pelayanan (X_4) sebesar $0,366$, artinya jika variabel pelayanan meningkat, maka akan meningkatkan minat mahasiswa menabung di bank syariah sebesar $0,366$ dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

4.2.2 Hasil Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji statistik t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat dari tabel coefficients dalam kolom sig. Dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial apabila probabilitas nilai signifikasinya $< 0,05$. Dan dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas dan variabel terikat apabila probabilitas nilai signifikasinya $> 0,05$. Hasil uji t juga dapat dilihat jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, artinya suatu variabel secara individual atau parsial mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2013).

Hasil dari uji t variabel pengetahuan, religiusitas, reputasi dan pelayanan dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji Statistik t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,552	1,542		-1,006	,317
	PENGETAHUAN	,101	,059	,133	1,696	,093
	RELIGIUSITAS	,167	,063	,190	2,670	,009
	REPUTASI	,052	,066	,072	,791	,431
	PELAYANAN	,366	,060	,553	6,120	,000

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.12 mengenai hasil uji t di atas dapat diketahui sebagai berikut:

Hasil probabilitas signifikansi variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,317. Sehingga signifikansi sebesar $0,317 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Hal ini berarti bahwa semakin rendah tingkat pengetahuan mahasiswa terhadap bank syariah, maka semakin rendah pula minat mahasiswa menabung bank syariah.

Hasil probabilitas signifikansi variabel religiusitas (X2) sebesar 0,009. Sehingga signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa terhadap bank syariah, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Hasil probabilitas signifikansi variabel reputasi (X3) sebesar 0,431. Sehingga signifikansi sebesar $0,431 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Hal ini berarti bahwa semakin rendah reputasi bank syariah dimata mahasiswa, maka semakin rendah pula minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Hasil probabilitas signifikansi variabel pelayanan (X4) sebesar 0,000. Sehingga signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank

syariah. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan bank syariah kepada mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Pembahasan Hasil Penelitian (Pembuktian Hipotesis)

4.3.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia

Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil signifikansi sebesar $0,093 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (H1 ditolak dan H0 diterima). Dalam penelitian ini, pengetahuan dengan indikator pengetahuan umum dari bank syariah, perbedaan bank syariah dan bank konvensional, produk-produk bank syariah, akad yang digunakan dalam bank syariah, syarat-syarat untuk membuka rekening dan minimal setoran awal saat pembukaan rekening tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan cenderung membuat minat menggunakan jasa bank syariah berkurang, dikarenakan pandangan terhadap suatu perusahaan yang tidak baik karena tidak adanya pengaruh pengetahuan umum dari bank syariah, perbedaan bank syariah dan bank konvensional, produk-produk bank syariah, akad yang digunakan dalam bank syariah, syarat-syarat untuk membuka rekening dan minimal setoran awal saat pembukaan rekening tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan jasa bank syariah. . Menurut Notoatmodjo (2005), pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia

atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sulistyono (2016:20) yang menyatakan bahwa faktor pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

4.3.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia

Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah (H2 diterima dan H0 ditolak). Dalam penelitian ini, variabel religiusitas dengan indikator keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama dan pengamalan mempengaruhi minat menabung di bank syariah.

Jika religiusitas seperti keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama dan pengamalan ada dalam diri mahasiswa meningkat, maka minat menggunakan jasa bank syariah semakin meningkat. Sehingga dengan adanya hal tersebut maka minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah semakin meningkat. Menurut Anshori dalam Ghufro dan Risnawita (2010) agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas mengacu pada aspek agama yang telah dihayati seseorang dalam hati. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdallah (2015:445) dan Junaidi (2015:11) yang menyatakan bahwa faktor religiusitas merupakan faktor dominan yang mempengaruhi

terhadap keputusan menabung di bank syariah.

4.3.3 Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia

Dari penelitian ini ditemukan bahwa reputasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah. Hal ini dinyatakan berdasarkan signifikansi variabel reputasi sebesar $0,431 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa reputasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah (H3 ditolak dan H0 diterima). Dalam penelitian ini, variabel reputasi dengan indikator nama baik, reputasi pesaing, dikenal luas, dan kemudahan diingat tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Jika reputasi seperti nama baik, reputasi pesaing, dikenal luas, dan kemudahan diingat tidak baik dimata mahasiswa, maka minat menabung di bank syariah Indonesia semakin menurun. Sehingga dengan adanya hal tersebut maka minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah Indonesia semakin menurun. Menurut Hasanah (2015:20) Indikator-indikator reputasi seperti nama baik, reputasi pesaing, dikenal luas, dan kemudahan diingat tidak baik dimata mahasiswa, maka minat menabung di bank syariah Indonesia semakin menurun.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Syaima (2017:17) yang menyatakan bahwa reputasi tidak berpengaruh signifikan proses keputusan nasabah menggunakan tabungan bank syariah.

4.3.4 Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia

Dari penelitian ini ditemukan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Hal ini dinyatakan berdasarkan signifikansi variabel pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia (H4 diterima dan H0 ditolak). Dalam penelitian ini, variabel pelayanan dengan indikator berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah indonesia.

Jika pelayanan seperti berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati yang diberikan kepada mahasiswa memuaskan, maka minat menabung di bank syariah semakin meningkat. Sehingga dengan adanya hal tersebut maka minat mahasiswa menabung di bank syariah indonesia semakin meningkat. Kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal penting dalam banyak industry karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk. (Wijaya,2011:1).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Winda dan ASyathir Sofyan(2022:17-44) pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan, religiutasitas, reputasi, dan pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah pada mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017 , dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah indonesia pada mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017.
2. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah Indonesia pada mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017.
3. Reputasi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah indonesia pada mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017.
4. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah indonesia pada mahasiswa UIN Surakarta angkatan 2017.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data penelitian diperoleh dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden melalui google formulir karena saat ini mahasiswa tidak melakukan kegiatan di kampus karena adanya virus

corona sehingga penyebaran data tidak dilakukan secara efektif dan efisien. Selain itu, hanya responden yang menggunakan jasa bank syariah.

2. Peneliti hanya meneliti 4 variabel independen yang dimaksudkan dapat mengetahui pengaruh terhadap 1 variabel dependen. Diharapkan peneliti mampu meneliti lebih banyak lagi variabel-variabel lainnya.
3. Keterbatasan jumlah sampel yang diteliti. Peneliti hanya menggunakan 100 sampel dan responden yang menggunakan jasa bank syariah.

5.3. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan maka saran yang ingin penulis ajukan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian skripsi ini penulis hanya membahas 3 variabel yang dijadikan faktor minat mahasiswa menggunakan jasa bank syariah. Sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan jasa bank syariah untuk dikembangkan lebih baik lagi.
2. Penelitian skripsi terbatas hanya mahasiswa UIN Surakarta saja, diharapkan bisa menambah lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 (7th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Sarwono, J. (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: ANDI.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.

Rismayanti, F. 2005. *Pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Bandung*. Universitas Padjajaran.

Hawkins, D.I., & Mothersbaugh, D.L. 2010. *Consumer behavior*. New York: Mc Graw-Hill.

Kotler, P., & Armstrong, A. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran edisi 12 jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Mutasowifin, A. 2003. Menggagas strategi pengembangan perbankan syariah dipasar non muslim. *Jurnal Universitas Paramadina*, 3, 25-39.

Abhimantra, A., Maulina. A. R., dan Agustianingsih.E., (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah. *jurnal Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)* Vol. 5 170-177

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 19 . Edisi K 5*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Ghozali, Imam. 2014. "Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)". Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.

Sudarsono, Heri. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Diskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Cetakan ke 22. Bandung: Alfabeta.. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Cetakan ke 23. Bandung: Alfabeta.

Sutrisno, Agus. 2016. Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). Naskah Publikasi. IAIN Salatiga.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian

No	Bulan	Januari 2021				Februari 2021				Juni 2021				Juli 2021				Agustus 2021				Oktober 2022				November 2022			
		Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
1	Penyusunan Proposal	x	x	x																									
2	Konsultasi	x	x	x	x																								
3	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal				x																								
4	Ujian Seminar Proposal								x																				
5	Revisi Proposal									x	x																		
6	Pengumpulan Data											x	x																
7	Analisis Data													x	x	x	X												
8	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																	x	x	x									
9	Pendaftaran Munaqosah																							X					
10	Munaqosah																							X					
11	Revisi Skripsi																							X	X	X			

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir pada program S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta maka yang bersangkutan di bawah ini :

Nama : Fadil Faras Alfarisi

NIM : 165231003

Jurusan : Perbankan Syariah

Mengadakan penelitian dengan judul ***“PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, REPUTASI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI PADA MAHASISWA UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA ANGAKATAN 2017)”***

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini sesuai dengan kondisi dan pendapat Saudara/i yang sesungguhnya. Data-data ini saya kumpulkan semata-mata untuk tujuan akademis, dan sesuai dengan kode etik penelitian, serta kerahasiaan data terjamin.

Data Responden

Nama:

Jenis Kelamin:

Fakultas/Jurusan:

Umur :

Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan dengan memilih:

STS: Sangat Tidak Setuju dengan skor (1)

TS: Tidak Setuju dengan skor (2)

KS: Kurang Setuju dengan skor (3)

S: Setuju dengan skor (4)

SS; Sangat Setuju dengan skor (5)

1. Variabel Pengetahuan

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Pengetahuan umum					
	a. Saya sudah paham tentang bank syariah Indonesia					
2.	Perbedaan bank syariah dan konvensional					
	a. Saya sudah memahami bank syariah indonesia dan konvensional					
3	Produk bank syariah Indonesia					
	a. Saya mengetahui macam-macam produk bank syariah Indonesia					
4	Akad bank syariah indonesia					
	a. Saya sudah pernah melakukan akad di bank syariah Indonesia					
5	Syarat membuka rekening bank syariah Indonesia					
	a. Saya sudah mengetahui syarat untuk membuka rekening bank syariah indonesia					

2. Variabel Religiutas

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
3	Dimensi Keyakinan					
	a. Saya berpegang teguh pada pandangan tentang jasa layanan bank syariah					
4.	Dimensi Praktik Agama					

	a. Saya selalu semangat menjalankan ritual keagamaan.					
5	Dimensi Pengalaman					
	a. Saya memiliki pengalaman keagamaan					
6.	Dimensi Pengetahuan Agama					
	a. Saya sudah mengetahui tentang pengetahuan agama					
7.	Dimensi Pengalaman atau konsekunsi					
	a. Saya bersedia menerima akibat dari praktik agama					

3.Variabel Reputasi

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Nama Baik					
	a. Menurut saya layanan bank syariah memiliki nama baik dikalangan masyarakat					
	b. Saya tidak pernah mendapatkan informasi buruk tentang jasa layanan bank syariah					
2	Reputasi Pesaing					
	a. Bank syariah dipandang baik oleh kerabat-kerabat saya					

	b. Saya menggunakan bank syariah karena berbeda dengan bank lain.					
3.	Dikenal luas					
	a. Para kerabat saya mengetahui tentang jasa layanan bank syariah					
4.	Kemudahan dingat					
	a. Penyingkatan nama bank syariah akan mempermudah saya untuk mengingat bank tersebut					

4.Variabel Pelayanan

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Berwujud					
	a. Karyawan bank syariah memberikan pelayanan dengan tepat sesuai dengan yang saya inginkan					
2	Kehandalan					
	a. Bank Syariah memberikan pelayanan kepada nasabah secara cepat dan akurat					
3	Ketanggapan					
	a. Karyawan/teller dapat menjawab semua pertanyaan nasabah dengan baik					
4	Jaminan					
	a. Bank syariah dapat menjaga kerahasiaan nasabah jumlah tabungan, No.PIN, No.rekening yang dimiliki nasabah					

	b. Saya merasa aman dan nyaman dilayani oleh karyawan/teller bank syariah					
5	Empati					
	a. Bank syariah memiliki jumlah teller dan <i>Customer Service</i> yang memadai					
	b. Bank syariah memiliki pelayanan yang konsisten dengan perkembangan perbankan					

5.Variabel Minat

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya berusaha mencari tahu informasi mengenai produk-produk bank syariah dari berbagai media informasi					
2	Sebelum saya berinteraksi dengan bank syariah saya sering bertanya informasi mengenai bank syariah kepada orang-orang disekitar saya.					
3	Jika saya mempunyai dana lebih,saya akan menyimpan nya di bank syariah					
4	Jika saya membutuhkan dana,saya akan mencari informasi tentang produk-produk untuk melakukan pembiayaan di bank syariah					

Lampiran 3 : Data Responden

Nomor	Nama	Fakultas/Prodi	Jenis Kelamin	Usia
1	Ilmam Anugrah Adi	FEBI	L	21
2	Mila Mei	FEBI	P	21
3	Irfan Hanafi	FIT	L	21
4	Dani Kurniadi	FASYA	L	23
5	Ruri Yuliasuti	FUD	P	21
6	Dini Ismidewanti	FEBI	P	21
7	Retna Ayu Cahyani	FEBI	P	21
8	Melinda	FEBI	P	21
9	faizal hamdan maheri	FEBI	L	20
10	Tomy Adhi Pratama	FUD	L	20
11	Niken Kessia Ningrum	FEBI	P	20
12	Nadia Dama Arisma	FUD	P	20
13	Veronita Sukmawati	FEBI	P	18
14	Nisa Wachyanti	FAB	P	21
15	Angga Bagus Prasetyo	FUD	L	21
16	Nurul Fajriyani	FAB	P	21
17	Niken Kessia Ningrum	FEBI	P	20
18	Avindhy Novianti	FUD	P	20
19	Ema Zulfarida Arini	FEBI	P	22
20	TPU	FAB	L	20
21	Febri Muhammad Husni	FEBI	L	22
22	Riyanti	FEBI	P	20
23	Khoirul Arif Rohman	FEBI	L	22
24	Akhmad Purnomo	FEBI	L	22
25	Renny S	FEBI	P	21
26	Maul	FAB	P	23
27	Santri	FEBI	P	21
28	Rhiki Rustianto	FIT	L	23
29	Arsita	FIT	P	23
30	Gearno	FUD	L	21
31	Titin Hary Saputri	FEBI	P	22
32	Eka Ulil Muna	FEBI	P	21
33	Yoga Ibnu Pratama	FEBI	L	18
34	Wahyu Aji Pamungkas	FEBI	L	19
35	Fitriyani Jannah	FEBI	P	20
36	Zuhrina Musyarofah	FEBI	P	18
37	Teti Susilowati	FIT	P	22
38	Dewi Tri Hidayanti	FEBI	P	21

39	Endah	FEBI	P	21
40	Bireinka	FEBI	P	19
41	Muhammad Ibnu Masruri	FEBI	L	19
42	Putri Pebriana	FEBI	P	21
43	Anita Kris Setyaningsih	FUD	P	21
44	Dwi Arif Anang Mahfud	FIT	L	22
45	Adam Aryo Gumilar	FASYA	L	22
46	Muhammad Al Zuhri	FASYA	L	21
47	Febtika Budiya Elsasari	FEBI	P	20
48	Ririn Pujiastuti	FAB	P	21
49	Julietta Siska Dewiyanti	FAB	P	20
50	Satria Dwi Nugroho	FEBI	L	20
51	Istiqomah Choiri Putri	FEBI	P	19
52	Dini Restu	FAB	P	20
53	Laili Dewi Wahdaniyati	FASYA	P	20
54	Anggit Prahesti	FAB	P	17
55	Amin	FEBI	L	20
56	Ibnu Mu'anam	FEBI	L	21
57	Elisha	FEBI	P	19
58	Muhammad sangidun	FASYA	L	19
59	Siti Mubarah	FUD	P	19
60	Siti Nurokhmah	FAB	P	19
61	Hanna Zharfani	FEBI	P	18
62	Nadia Dama Arisma	FUD	P	20
63	Maulida Rachmawati	FEBI	P	21
64	Resty Erning Prautami	FEBI	P	22
65	Syuhada wahyu utomo	FUD	L	20
66	Fahimah	FAB	P	21
67	Erlangga putra ajie	FUD	P	22
68	Fajar Rizki Nursaid	FUD	L	21
69	Muhammad Prasetyoko	FASYA	L	18
70	Misbakhul Munir A.M	FIT	L	22
71	Dimas Kiki Haryadi	FASYA	L	20
72	A.Muizzain Nur Al Aziz	FEBI	L	22
73	Wahyu Indra Widyasmoko	FAB	L	22
74	Fadilla Suci Utami	FEBI	P	19
75	Kisti	FEBI	P	22
76	Siti Marhamah	FEBI	P	19
77	Eno	FASYA	P	19
78	Naurah Mahdiyah Zaiwa	FUD	P	20
79	Ratna dewi	FUD	P	21
80	Awalia	FUD	P	20
81	Teuku Farhan Husain	FEBI	L	19
82	Rizki Ramadaniati	FASYA	P	20
83	Rindi	FEBI	P	22
84	Siti Mar'atush Sholihah	FIT	P	21
85	Agnes Dewanggi Putri	FEBI	P	20

86	Shefira Nur Azhari	FAB	P	19
87	Nur Hidayati	FEBI	P	19
88	Rinfy Saputri	FIT	P	20
89	Fitria Indriyani	FUD	P	21
90	Junika Nur Hakiki	FEBI	P	19
91	Diyana Wijanarti	FEBI	P	20
92	Kartika tunjung wulan	FIT	P	21
93	Suci Nurul Fitroh	FAB	P	19
94	Miftah Khoirunnisa	FAB	P	18
95	Sarah Hilda Assyifa	FASYA	P	20
96	Ina Rahmawindarti	FASYA	P	19
97	Zida Nurafia	FASYA	P	21
98	Hani Nur Fatonah	FEBI	P	19
99	Detya Agustina	FEBI	P	20
100	Adheliya Mustika Dwi Putri	FEBI	P	20

Lampiran 4 : Form Observasi Penelitian

DATA OBSERVASI PENELITIAN

Nama:

NIM:

Fakultas/Prodi:

1. Selama ini Saudara menggunakan bank apa untuk melakukan transaksi keuangan ?
 - A. Bank Syariah
 - B. Bank Konvensional

(Lingkari salah satu dan sebutkan nama bank nya...!!!)

2. Jelaskan alasan saudara memilih transaksi menggunakan bank tersebut !!!

.....
.....
.....
.....

Lampiran 5 :
Data
Pengguna
Bank
Syariah dan
Bank
Konvensional

	NO	PENGGUNA BANK SYARIAH			NO	PENGGUNA BANK KONVENSIONAL		
	1	ROIS M.R.T			1	AGUNG GUNAWAN		
	2	LAMBANG TENDY			2	TEUKU FARHAN		
	3	MISBAKHUL MUNIR			3	DYAN LERI		
	4	RHIKI R			4	MUQSIT A		
	5	OKI SETIAWAN			5	ISTIANAH		
	6	FATURROHMAN A			6	M. MUNIF		
	7	ILMAM ANUGRAH			7	ZAKY K.N		
	8	AGUNG SETYO			8	DJORGI FAUZAN		
	9	RADIX ZAKARIA			9	M RAIS AL MAJID		
	10				10	IQBAL SYAHRUL A		
	11				11	AFRIZAL MUFTI		
	12				12	HERU ISNANDAR		
	13				13	M THARIQ AZIZ		
	14				14	AGUNG JANUSHOLIHIN		
	15				15	GEARNO		
	16				16	NURUL ARDIYANTO		
	17				17	SUSILO ADI		
					18	KUKUH PURBO		
JUMLAH								
	9				18			

Lampiran 6 : Rekap Data Kuesioner

Pengetahuan

NO.RES	PGTH1	PGTH2	PGTH3	PGTH4	PGTH5	PENGETAHUAN
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	5	5	3	21
3	1	1	1	1	1	5
4	5	4	5	3	4	21
5	4	3	3	3	3	16
6	5	5	4	4	4	22
7	5	5	4	4	4	22
8	3	3	4	3	4	17
9	5	5	4	4	4	22
10	4	3	4	4	3	18
11	4	4	4	4	4	20
12	3	3	3	4	4	17
13	4	1	5	4	5	19
14	3	3	4	4	4	18
15	5	5	5	5	5	25
16	3	3	4	4	4	18
17	4	4	4	4	4	20
18	5	4	5	5	5	24
19	4	4	4	4	4	20
20	3	4	3	3	3	16
21	4	4	4	3	4	19
22	4	5	3	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	5	5	4	4	4	22
25	1	1	2	2	2	8
26	4	1	4	2	1	12
27	3	5	4	3	4	19
28	5	5	4	4	5	23
29	4	4	3	3	3	17
30	3	5	5	3	3	19
31	3	4	4	3	3	17
32	3	4	4	4	4	19
33	4	3	3	4	4	18
34	3	3	3	3	3	15
35	5	5	4	4	5	23

36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	3	3	3	17
38	3	5	3	4	4	19
39	5	5	4	5	4	23
40	4	3	2	2	4	15
41	2	2	2	2	2	10
42	5	5	4	4	4	22
43	5	4	4	3	4	20
44	2	5	4	4	4	19
45	5	5	4	4	3	21
46	5	5	3	3	3	19
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	5	5	4	22
49	5	4	4	3	4	20
50	4	4	3	4	4	19
51	5	5	3	3	5	21
52	2	3	2	3	3	13
53	4	4	4	4	3	19
54	3	4	3	4	3	17
55	4	4	3	3	4	18
56	5	5	5	4	4	23
57	4	2	4	4	4	18
58	4	4	4	3	4	19
59	3	1	5	2	4	15
60	3	3	4	3	4	17
61	4	4	4	3	3	18
62	3	3	4	3	4	17
63	3	4	3	5	4	19
64	5	4	4	3	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	5	5	3	3	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	2	3	3	4	4	16
69	5	5	5	5	5	25
70	4	5	5	4	4	22
71	4	4	4	4	4	20
72	5	5	4	4	4	22
73	3	3	3	3	3	15
74	4	4	2	3	4	17
75	3	4	4	3	3	17
76	4	4	4	4	4	20

77	4	4	4	4	4	20
78	3	4	4	4	4	19
79	4	4	5	4	4	21
80	5	3	3	2	2	15
81	4	4	4	4	3	19
82	5	5	4	4	4	22
83	5	5	4	4	4	22
84	5	4	4	4	5	22
85	4	4	3	3	3	17
86	4	4	4	4	4	20
87	2	3	4	4	4	17
88	3	4	4	3	4	18
89	4	5	4	4	4	21
90	4	4	3	3	4	18
91	4	4	3	3	3	17
92	3	3	2	2	2	12
93	5	5	3	3	4	20
94	4	4	5	2	3	18
95	5	5	5	1	5	21
96	3	3	3	3	3	15
97	3	5	4	4	4	20
98	4	5	4	4	3	20
99	2	5	5	4	4	20
100	4	4	4	4	4	20

Religiusitas

NO.RES	RLG 1	RLG 2	RLG 3	RLG 4	RLG 5	RELIGIUSITAS
1	5	4	4	4	4	21
2	5	5	5	3	5	23
3	5	3	5	5	5	23
4	5	4	5	5	5	24
5	3	3	4	4	3	17
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	4	4	3	21
9	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	4	3	22
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	3	4	19
13	5	5	5	4	4	23

14	4	4	5	4	4	21
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	4	20
18	5	4	4	5	4	22
19	4	4	4	4	4	20
20	5	5	5	3	5	23
21	5	5	5	4	4	23
22	5	5	5	4	4	23
23	4	4	4	4	4	20
24	5	4	4	4	4	21
25	1	1	1	1	1	5
26	2	3	4	2	5	16
27	5	5	4	4	4	22
28	5	4	5	4	4	22
29	5	4	4	4	4	21
30	5	5	5	5	5	25
31	5	3	5	4	3	20
32	5	5	5	3	4	22
33	5	5	5	3	4	22
34	5	4	4	4	4	21
35	5	4	5	4	4	22
36	5	4	5	4	4	22
37	5	5	5	5	5	25
38	5	5	4	3	3	20
39	5	5	5	4	4	23
40	5	5	5	4	5	24
41	5	4	5	5	5	24
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	4	5	24
47	5	4	5	4	4	22
48	5	5	5	4	4	23
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	5	25
51	5	4	5	4	5	23
52	5	4	5	4	4	22
53	5	3	4	4	4	20
54	5	5	5	4	5	24

55	5	5	5	5	4	24
56	5	5	5	4	4	23
57	5	4	4	3	4	20
58	5	5	5	3	3	21
59	5	5	5	4	5	24
60	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	5	25
62	5	4	4	4	4	21
63	5	5	5	5	5	25
64	5	4	5	4	5	23
65	4	4	4	4	4	20
66	5	4	4	4	3	20
67	5	4	4	3	4	20
68	5	5	4	4	5	23
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	5	5	4	24
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	5	25
75	3	3	4	4	4	18
76	5	5	4	4	4	22
77	4	4	4	4	4	20
78	5	4	5	4	4	22
79	5	5	5	5	4	24
80	5	5	5	5	5	25
81	4	4	4	4	4	20
82	5	5	5	5	4	24
83	5	5	5	5	5	25
84	5	4	5	4	4	22
85	5	5	5	4	4	23
86	4	4	4	4	4	20
87	5	3	4	3	3	18
88	5	4	4	4	4	21
89	5	5	5	5	4	24
90	5	4	4	3	4	20
91	5	4	5	3	4	21
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	4	5	24
95	5	5	5	3	3	21

96	3	4	4	4	4	19
97	5	4	4	3	4	20
98	5	5	4	4	3	21
99	5	5	5	5	5	25
100	4	4	4	4	4	20

Reputasi

NO.RE S	RPTS1	RPTS2	RPTS3	RPTS4	RPTS5	RPTS 6	REPUTAS I
1	4	4	4	4	4	4	24
2	3	3	3	3	3	3	18
3	1	1	2	1	1	3	9
4	5	3	4	3	3	5	23
5	3	3	3	3	3	3	18
6	4	4	3	4	4	4	23
7	2	2	2	4	2	2	14
8	3	3	3	3	4	4	20
9	4	4	4	3	4	4	23
10	4	2	2	3	3	2	16
11	3	3	3	3	3	4	19
12	4	3	4	3	3	3	20
13	5	5	4	3	2	5	24
14	4	4	2	3	4	4	21
15	5	5	5	5	5	5	30
16	2	3	4	3	2	3	17
17	3	3	3	3	3	3	18
18	3	3	3	4	3	3	19
19	4	2	2	2	2	3	15
20	3	3	3	3	4	4	20
21	3	3	3	4	3	4	20
22	3	3	3	4	4	3	20
23	4	4	4	4	4	4	24
24	3	3	4	3	3	5	21
25	2	2	2	2	2	2	12
26	4	1	3	1	3	2	14
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	2	3	4	4	4	20
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	3	3	3	5	20
31	3	3	3	3	3	3	18

32	4	3	3	3	3	3	19
33	4	4	4	3	3	4	22
34	4	3	3	4	3	3	20
35	4	3	3	4	3	5	22
36	3	3	3	3	3	3	18
37	4	3	3	3	4	4	21
38	3	2	3	4	3	3	18
39	5	4	5	4	5	4	27
40	3	3	3	4	4	4	21
41	4	3	4	4	4	4	23
42	3	3	3	4	3	4	20
43	3	4	4	3	4	4	22
44	4	3	2	4	4	4	21
45	3	2	2	3	3	3	16
46	4	3	3	3	3	3	19
47	3	4	4	4	4	4	23
48	4	4	4	3	5	3	23
49	4	2	2	3	4	4	19
50	4	3	4	1	3	4	19
51	2	1	2	1	3	3	12
52	3	3	2	3	2	2	15
53	4	3	2	3	3	4	19
54	3	3	3	3	2	3	17
55	3	3	3	4	3	4	20
56	3	4	4	3	3	5	22
57	4	4	4	3	2	3	20
58	3	3	3	2	3	4	18
59	4	4	4	3	2	3	20
60	4	4	5	4	4	3	24
61	4	4	3	4	4	4	23
62	3	4	4	3	4	4	22
63	4	2	2	4	3	3	18
64	3	3	3	3	4	4	20
65	4	4	4	4	4	4	24
66	3	3	3	4	3	3	19
67	3	4	3	3	3	3	19
68	4	2	3	3	3	3	18
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	5	5	5	5	5	29
71	3	4	3	4	4	4	22
72	4	4	4	4	4	4	24

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

51	3	3	3	3	3	3	3	21
52	3	4	3	4	3	3	3	23
53	2	2	3	4	2	3	3	19
54	3	3	3	3	3	3	3	21
55	3	4	3	4	4	3	4	25
56	4	4	3	3	5	4	5	28
57	4	3	3	3	3	4	4	24
58	3	3	3	4	3	3	3	22
59	3	3	3	3	3	3	3	21
60	4	4	3	5	3	3	4	26
61	3	4	3	5	3	4	4	26
62	4	4	4	4	4	3	4	27
63	3	3	3	4	5	4	4	26
64	3	4	3	4	3	3	3	23
65	4	4	4	4	4	4	4	28
66	3	3	3	3	3	3	3	21
67	3	3	3	3	4	3	3	22
68	3	4	2	3	3	3	3	21
69	4	3	3	3	3	3	3	22
70	4	4	4	4	4	4	4	28
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	4	4	4	4	4	4	4	28
73	3	4	3	5	3	4	4	26
74	3	3	3	3	3	3	3	21
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	3	4	3	3	4	3	3	23
78	4	4	4	4	3	4	4	27
79	4	4	4	4	3	2	4	25
80	2	3	3	3	3	3	3	20
81	3	3	3	3	3	3	3	21
82	3	3	4	4	4	3	4	25
83	4	4	3	5	4	3	3	26
84	4	4	4	4	5	4	4	29
85	3	3	3	4	3	3	3	22
86	4	4	3	3	4	4	4	26
87	3	3	3	3	3	3	3	21
88	4	4	4	4	5	3	3	27
89	4	5	4	4	5	5	5	32
90	4	3	3	4	4	3	3	24
91	3	4	3	5	4	3	3	25

92	2	3	2	4	3	2	3	19
93	3	3	3	3	4	2	3	21
94	4	4	4	4	4	4	4	28
95	5	5	2	5	5	2	5	29
96	4	4	4	4	4	4	4	28
97	4	4	3	4	3	4	3	25
98	4	4	4	3	3	3	3	24
99	5	5	3	5	5	4	4	31
100	4	4	4	4	4	4	4	28

Minat

NO.RES	MNT 1	MNT 2	MNT 3	MNT 4	MINAT
1	4	4	4	4	16
2	3	3	4	3	13
3	1	1	3	3	8
4	3	4	5	5	17
5	3	3	3	3	12
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	5	17
8	4	4	4	3	15
9	4	4	4	4	16
10	4	3	4	3	14
11	3	4	4	3	14
12	4	3	3	3	13
13	5	5	5	4	19
14	4	4	3	3	14
15	5	5	5	5	20
16	3	3	4	4	14
17	4	3	4	3	14
18	3	3	4	3	13
19	4	3	3	3	13
20	3	3	3	4	13
21	4	3	3	3	13
22	4	4	5	5	18
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	2	1	1	1	5
26	1	3	2	2	8
27	4	4	3	3	14
28	3	4	4	4	15

29	3	3	3	3	12
30	4	5	4	4	17
31	3	3	3	3	12
32	2	4	3	3	12
33	4	3	3	3	13
34	3	3	4	4	14
35	5	4	5	5	19
36	4	4	4	4	16
37	4	4	3	3	14
38	3	3	5	4	15
39	4	4	5	4	17
40	4	4	3	3	14
41	4	4	4	4	16
42	3	3	4	3	13
43	5	4	3	4	16
44	3	4	3	3	13
45	3	3	4	4	14
46	3	3	3	3	12
47	4	3	4	4	15
48	3	3	3	3	12
49	4	4	5	2	15
50	4	5	5	5	19
51	1	5	3	3	12
52	4	3	2	2	11
53	2	2	3	3	10
54	2	2	3	3	10
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	2	4	4	1	11
59	3	3	2	3	11
60	4	4	3	3	14
61	5	5	3	3	16
62	3	3	3	3	12
63	4	4	4	4	16
64	4	4	3	4	15
65	4	4	4	4	16
66	2	2	3	3	10
67	3	3	3	3	12
68	4	3	4	3	14
69	3	2	3	3	11

70	3	3	4	4	14
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16
73	4	4	5	3	16
74	4	4	4	4	16
75	4	4	4	4	16
76	4	4	4	4	16
77	3	4	3	3	13
78	3	3	4	4	14
79	2	4	4	4	14
80	3	4	2	2	11
81	4	4	4	4	16
82	4	4	3	3	14
83	4	4	4	4	16
84	4	3	4	4	15
85	3	4	3	3	13
86	4	4	4	4	16
87	3	3	3	3	12
88	4	3	4	3	14
89	4	4	3	4	15
90	3	4	3	3	13
91	4	3	4	3	14
92	4	4	3	4	15
93	3	4	3	4	14
94	3	3	4	3	13
95	5	3	5	1	14
96	4	4	4	4	16
97	4	3	3	4	14
98	4	4	4	4	16
99	4	5	5	4	18
100	4	4	4	4	16

Lampiran 7 : Hasil Output Spss

Statistik Deskriptif

Statistics

		FakultasProdi	JenisKelamin	Usia
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

FakultasProdi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FAB	14	14,0	14,0	14,0
	FASYA	12	12,0	12,0	26,0
	FEBI	49	49,0	49,0	75,0
	FIT	9	9,0	9,0	84,0
	FUD	16	16,0	16,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

JenisKelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	30	30,0	30,0	30,0
	P	70	70,0	70,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	1	1,0	1,0	1,0

18	6	6,0	6,0	7,0
19	18	18,0	18,0	25,0
20	27	27,0	27,0	52,0
21	29	29,0	29,0	81,0
22	15	15,0	15,0	96,0
23	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Hasil Uji Validitas

Variabel Pengetahuan

Correlations

		PGTH1	PGTH2	PGTH3	PGTH4	PGTH5	PENGETAHUAN
PGTH1	Pearson Correlation	1	,536**	,371**	,263**	,429**	,728**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,008	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
PGTH2	Pearson Correlation	,536**	1	,323**	,435**	,458**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
PGTH3	Pearson Correlation	,371**	,323**	1	,446**	,488**	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
PGTH4	Pearson Correlation	,263**	,435**	,446**	1	,526**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,008	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
PGTH5	Pearson Correlation	,429**	,458**	,488**	,526**	1	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
PENGETAHUAN	Pearson Correlation	,728**	,775**	,696**	,709**	,768**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Variabel Religiusitas

		Correlations					
		RLG1	RLG2	RLG3	RLG4	RLG5	RELIGIUSITAS
RLG1	Pearson Correlation	1	,651**	,677**	,450**	,373**	,776**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
RLG2	Pearson Correlation	,651**	1	,670**	,491**	,490**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
RLG3	Pearson Correlation	,677**	,670**	1	,556**	,606**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
RLG4	Pearson Correlation	,450**	,491**	,556**	1	,594**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
RLG5	Pearson Correlation	,373**	,490**	,606**	,594**	1	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
RELIGIUSITAS	Pearson Correlation	,776**	,822**	,863**	,784**	,769**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Variabel Reputasi

Correlations

Variabel Pelayanan

Correlations

		PLYN1	PLYN2	PLYN3	PLYN4	PLYN5	PLYN6	PLYN7	PELAYANAN
PLYN1	Pearson Correlation	1	,748**	,474**	,412**	,571**	,554**	,638**	,828**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PLYN2	Pearson Correlation	,748**	1	,413**	,503**	,549**	,561**	,664**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PLYN3	Pearson Correlation	,474**	,413**	1	,192	,378**	,571**	,472**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,056	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PLYN4	Pearson Correlation	,412**	,503**	,192	1	,410**	,347**	,430**	,632**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,056		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PLYN5	Pearson Correlation	,571**	,549**	,378**	,410**	1	,468**	,514**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PLYN6	Pearson Correlation	,554**	,561**	,571**	,347**	,468**	1	,684**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PLYN7	Pearson Correlation	,638**	,664**	,472**	,430**	,514**	,684**	1	,827**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PELAYANAN	Pearson Correlation	,828**	,833**	,651**	,632**	,740**	,788**	,827**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Variabel Minat

Correlations

		MNT1	MNT2	MNT3	MNT4	MINAT
MNT1	Pearson Correlation	1	,493**	,433**	,374**	,760**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
MNT2	Pearson Correlation	,493**	1	,417**	,435**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
MNT3	Pearson Correlation	,433**	,417**	1	,526**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
MNT4	Pearson Correlation	,374**	,435**	,526**	1	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
MINAT	Pearson Correlation	,760**	,761**	,775**	,762**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,784	5

Variabel Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	5

Variabel Reputasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	6

Variabel Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	7

Variabel Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,762	4

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,57889223
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,047
	Negative	-,043
Test Statistic		,047
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	PENGETAHUAN	,476	,171	,113	,720	1,388
	RELIGIUSITAS	,416	,264	,178	,873	1,146
	REPUTASI	,550	,081	,053	,536	1,867
	PELAYANAN	,718	,532	,407	,542	1,844

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,302	,934		1,394	,167
	PENGETAHUAN	-,020	,036	-,067	-,565	,573
	RELIGIUSITAS	,047	,038	,134	1,245	,216
	REPUTASI	,024	,040	,082	,595	,553
	PELAYANAN	-,049	,036	-,184	-1,342	,183

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil Uji Ketepatan Model

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjust R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	,761 ^a	,579	,562	1,612	,579	32,699

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	339,793	4	84,948	32,699	,000 ^b
	Residual	246,797	95	2,598		
	Total	586,590	99			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, REPUTASI

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PELAYANAN, RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, REPUTASI ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: MINAT

b. All requested variables entered.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,552	1,542		-1,006	,317
	PENGETAHUAN	,101	,059	,133	1,696	,093
	RELIGIUSITAS	,167	,063	,190	2,670	,009
	REPUTASI	,052	,066	,072	,791	,431
	PELAYANAN	,366	,060	,553	6,120	,000

a. Dependent Variable: MINAT

b.

Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,552	1,542		-1,006	,317
	PENGETAHUAN	,101	,059	,133	1,696	,093
	RELIGIUSITAS	,167	,063	,190	2,670	,009
	REPUTASI	,052	,066	,072	,791	,431
	PELAYANAN	,366	,060	,553	6,120	,000

a. Dependent Variable: MINAT

Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup

Curriculum Vitae

Data Pribadi

Nama : Fadil Faras Alfarisi
Tempat & tanggal Lahir : Cilacap,9 Januari 1999
Alamat : JL.Ismoyo Arum RT. 02 RW. 10,Tritih
Wetan,Cilacap
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
No. HP : 0895422808486
Email : FadilFaras7@gmail.com
Instagram : Fadilfarasalfar _
Facebook : Fadil Alfarisi

Riwayat Pendidikan

TK Al Mansuroh : 2003-2004
SD N Tritih Wetan 04 Cilacap: 2004-2010
SMP N 1 Jeruklegi Cilacap : 2010-2013
SMA N 2 Cilacap : 2013-2016
UIN Surakarta :2016-2022

Lampiran 9 :Bukti Plagiasi

