

TESIS

**PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, DAN SOSIAL
TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM
STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

**(Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN
Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya)**



Tesis ini Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Mendapatkan Gelar
Magister Bisnis Syariah (M.E)

FARKHAN NUR ROMADHON
NIM. 214071009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
TAHUN 2023**

**PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, DAN SOSIAL TERHADAP
MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS SYARIAH (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis
Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya)**

Farkhan Nur Romadhon

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Religiusitas, Lokasi, dan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya)

Dimensi yang diteliti yaitu Religiusitas, Lokasi, Sosial dan Minat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak berjumlah 300 responden. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji t, uji F, Persamaan Regresi Linier Berganda, dan Uji Koefisien Determinasi. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan soft ware SPSS versi 22.

Hasil uji t diketahui bahwa secara parsial: (1) Hipotesis pertama menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat memilih prodi manajemen bisnis syariah. Namun hasil analisis data menunjukkan perolehan nilai uji t sebesar $0,715 < t \text{ tabel } (1,968)$ dengan nilai signifikansi $(0,475) > 0,05$. Dengan demikian Hipotesis 1 ditolak. (2) Hipotesis kedua menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap minat memilih prodi manajemen bisnis syariah, hasil analisis data menunjukkan perolehan nilai uji t sebesar $6,245 > T\text{-tabel } (1,968)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$. Dengan demikian Hipotesis 2 diterima. (3) Hipotesis ketiga menyatakan bahwa Sosial berpengaruh dan signifikan terhadap minat memilih prodi manajemen bisnis syariah, hasil analisis data menunjukkan perolehan nilai uji t sebesar $14,117 > T\text{-tabel } (1,968)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$.

Dengan demikian Hipotesis 3 diterima. Hasil dari uji F. F hitung sebesar 627,832 sedangkan F tabel 2,98 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka F hitung $> F \text{ tabel}$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama Religiusitas (X1), Lokasi (X2), dan Sosial (X3) berpengaruh secara positif terhadap Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah pada mahasiswa S1 manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta (Y). Sehingga, hal ini menunjukkan model yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan memprediksi variabel dependen pada penelitian ini. Secara simultan diketahui bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap Minat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,930 artinya variasi dari Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah dapat dijelaskan oleh Religiusitas (X1), Lokasi (X2), dan Sosial (X3) sebesar 93% sedangkan sisanya sebesar 7% dipengaruhi oleh variasi variabel diluar model dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Religiusitas, Lokasi, Sosial, dan Minat

**THE INFLUENCE OF RELIGIUS, LOCATION, AND SOCIALITY ON STUDENTS'
INTEREST IN CHOOSING THE SHARIA BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

Farkhan Nur Romadhon

**(Study for undergraduate students in Sharia Business Management at UIN Raden Mas
Said Surakarta throughout Solo Raya)**

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Religiosity, Location and Social variables on Student Interest in Choosing a Sharia Business Management Study Program (Study on Undergraduate Students in Sharia Business Management at UIN Raden Mas Said Surakarta in Solo Raya)

The dimensions studied are Religiosity, Location, Social and Interests. The research method used in this research is a quantitative research method using a sample of 300 respondents. The data used is primary data and secondary data. Data collection techniques include observation, interviews, questionnaires, documentation and literature study. Testing in this research uses validity, reliability, classical assumptions, t test, F test, Multiple Linear Regression Equation, and Coefficient of Determination Test. Data processing was carried out using SPSS version 22 software.

The results of the t test show that partially: (1) The first hypothesis states that religiosity has a significant effect on interest in choosing a sharia business management study program. However, the results of data analysis show that the t test value was $0.715 < t \text{ table } (1.968)$ with a significance value of $(0.475) > 0.0$. Thus Hypothesis 1 is rejected. (2) The second hypothesis states that location has a significant influence on interest in choosing a sharia business management study program. The results of data analysis show that the t test value is $6.245 > T\text{-table } (1.968)$ and the significance value $(0.000) < 0.05$. Thus Hypothesis 2 is accepted. (3) The third hypothesis states that Social has a significant influence on interest in choosing a sharia business management study program. The results of data analysis show that the t test value is $14.117 > T\text{-table } (1.968)$ and the significance value $(0.000) < 0.05$. Thus Hypothesis 3 is accepted. The results of the F test. The calculated F is 627.832 while the F table is 2.98 with a significance value of $0.000 < 0.05$. So F count $>$ F table so that H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that together Religiosity (X1), Location (X2), and Social (X3) have a positive effect on interest in choosing a sharia business management study program among sharia business management undergraduate students UIN Raden Mas Said Surakarta (Y). So, this shows that the model used in this research can be used to predict the dependent variable in this research. Simultaneously, it is known that all variables have a significant effect on Interest with a significance value of $0.000 < 0.05$. The R2 test result (coefficient of determination) is 0.930, meaning that the variation in interest in choosing a sharia business management study program can be explained by Religiosity (X1), Location (X2), and Social (X3) of 93% while the remaining 7% is influenced by variations in external variables model in this research.

Keywords: Religiosity, Location, Social, and Interests

تأثير التّدئين والموقع والمجتمع على رغبة الطلاب في اختيار برنامج دراسة إدارة الأعمال الشرعية
(دراسة على الطلاب الجامعيين قسم إدارة الأعمال الشرعية بالجامعة الإسلامية الحكومية رادين ماس سعيد سوراكرتا)

Farkhan Nur Romadhon

مُلخَص

رايتخاب بلاطلا مامتها في لء ايعامتجلا تاريغتملاو عقوملاو نيدتلا ريثأت ديدحت في لء شحبلا اذه فدهيد نيدار نإ ويةعماج في ايعرشلا لامعلا قرادا في نيعماجلا بلاطلا في لء ايسارد (ايعرشلا لامعلا قرادا ايسارد جمانرب (ايار ولوس في اتركاروس ديعس سام

في شحبلا اذه في امدختسما شحبلا ايعرشلا. تامامتهلاو في عامتجلاو عقوملاو نيدتلا في اهتسارد تمت في تلا داعبلا ايوناتلا تانايبلاو ايلولا تانايبلا في امدختسما تانايبلا. درف 300 نمةنوكمة ائيع امدختساب في مكللا شحبلا ايعرشلا شحبلا اذه في رابنخلا مدختسي. تايبدلا ايساردو قناتولاو تانايبتسلاو تلاباقملاو اظهلاملا تانايبلا عمج تايبقنق لمشتو. ديدحتلا لامع رابنخاو ددعتملا في طخلا رادحنلا ائيعامو F رابنخاو t رابنخاو ايعكيسلا كلا تااضار تفللاو ايقوثوملاو قوصلا 22. رادصلا SPSS جمانرب امدختساب تانايبلا ائيعام تمت

مامتهلا في لء ابونعم اريثأت نيدتلا نأ في لء اولوا ايعصرفلا صنت 1) : اينزج t رابنخا جنانق رهظتوفي جمانرب رابنخا (1.968) $t < 0.715$ لودج t رابنخا ائيع نأ تانايبلا ليلحت جنانق ترهظا، كاذ عمو. ايعرشلا لامعلا قرادا ايسارد في ونعم ريثأت اء عقوملا نأ في لء ائيعاتلا ايعصرفلا صنت 2) 1. ايعصرفلا ضفر متي لاتلابو. $0.475 < 0.0$ (الئلاد ائيعقب 6.245 في t رابنخا ائيع نأ تانايبلا ليلحت جنانق ترهظا، ايعرشلا لامعلا قرادا ايسارد جمانرب رابنخا مامتهلا في لء نأ في لء ائيعاتلا ايعصرفلا صنت 3) 2. ايعصرفلا لوبق متي لاتلابو. $0.000 > 0.05$ (الئلاد ائيعقبو (1.968) T لودج > نأ تانايبلا ليلحت جنانق ترهظا، ايعرشلا لامعلا قرادا ايسارد جمانرب رابنخا مامتهلا في لء في ونعم ريثأت اهل ايعامتجلا جنانق. 3. ايعصرفلا لوبق متي لاتلابو. $0.000 > 0.05$ (الئلاد ائيعقبو (1.968) T لودج < 14.117 في t رابنخا ائيع شحب F لودج < دء F نذ. $0.000 > 0.05$ (الئلاد ائيعقب 2.98 وه F لودج ائيعب 627.832 وه بوسحملا F. F رابنخا مامتهلا في لء في باجيا ريثأت اهل ائيع (X3) في عامتجلاو (X2) عقوملاو (X1) نيدتلا نأ يا Ha لوبقو Ho ضفر متي UIN Raden لامعلا قرادا في ايعماجلا ائيعرملا بلاط ائيعرشلا نيب ايعرشلا لامعلا قرادا ايسارد جمانرب رابنخا في عباتلا ريعتملاو وينتلا شحبلا اذه في مدختسما جذومنا امدختسا نكمي هنا جضوي اذهو. (Y) اتركاروس ديعس Mas $0.000 > 0.05$ (الئلاد ائيعقب اءنا فلا في لء في ونعم ريثأت اهل تاريغتملا عمج نأ اسفند تقولا في فورعما نمو. شحبلا اذه لامعلا قرادا ايسارد جمانرب رابنخا مامتهلا في نيايتلا نأ في نعي امم، 0.930 في ه) ديدحتلا لامع (R2 رابنخا ائيعبت رثأت ائيعبتملا 7% لء ائيعب 93% ائيعب (X3) يعامتجلاو، (X2) عقوملاو، (X1) نيدتلا ديسفت نكمي ايعرشلا شحبلا اذه في جذومنا ائيعراخلا تاريغتملا في تاريغتملا.

عقوملا، نيدتلا: ائيعاتملا تامكلا الاو، ائيعامتجلر رغبة

LEMBAR PENGESAHAN

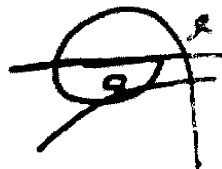
**PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, DAN SOSIAL
TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM
STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

**(Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN
Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya)**



FARKHAN NUR ROMADHON
NIM. 214071009

Mengetahui dan Menyetujui
Pembimbing



Prof. Drs. H. Sri Walyoto, M.M., Ph.D.
NIP. 19561011 198303 1 002

NOTA PEMBIMBING TESIS

Kepada Yth.
Direktur Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan bimbingan atas Tesis Saudara:

Nama : Farkhan Nur Romadhon

NIM : 214071009

Program Studi : (S2) Manajemen Bisnis Syariah

Judul : PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, DAN SOSIAL TERHADAP
MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS SYARIAH (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis
Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya)

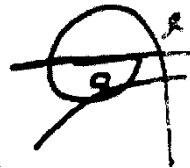
Kami menyetujui bahwa tesis tersebut telah memenuhi syarat untuk diajukan pada sidang Ujian Tesis.

Demikian persetujuan disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 17 November 2023

Dosen Pembimbing



Prof. Drs. H. Sri Walyoto, M.M., Ph.D.
NIP. 19561011 198303 1 002

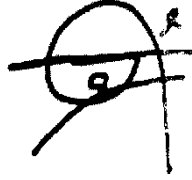
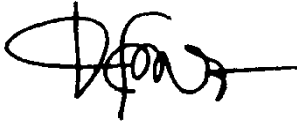
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

NAMA : Farkhan Nur Romadhon

NIM : 214071009

Program Studi : (S2) Manajemen Bisnis Syariah

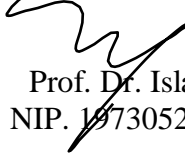
JUDUL : PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, DAN SOSIAL TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya)

NO	NAMA	TANDA TANGAN	TANGGAL
1	Prof. Drs. H. Sri Walyoto, M.M., Ph.D. NIP. 19561011 198303 1 002 Pembimbing		17 November 2023
2	Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si. NIP. 19721109 199903 2 002 Kaprosdi		

Surakarta, November 2023

Mengetahui

Direktur


Prof. Dr. Islah, M.Ag.
NIP. 197305222003121000


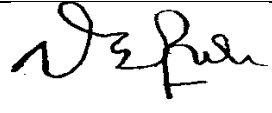
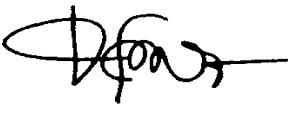

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, DAN SOSIAL TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya)

Disusun Oleh: Farkhan Nur
Romadhon

214071009

Telah dipertahankan di depan majelis dewan Penguji Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta Pada hari Selasa 28 November 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Magister Manajemen Bisnis Syariah (M.E).

NO	NAMA	TANDA TANGAN	TANGGAL
1	Prof. Drs. H. Sri Walyoto, M.M., Ph.D. NIP. 195610111983031002 Ketua Sidang/Pembimbing		28-11-2023
2	Dr. Hj. Datien Eriska Utami, S.E., M.Si. NIP. 197508241999032005 Sekretaris Sidang		
3	Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si. NIP. 19721109999032002 Penguji I		
4	Dr. Awan Kostrad Diharto, S.E., M.Ag. NIP. 196512252000031001 Penguji II		

Surakarta, 07-12-2023

Direktur,


Prof. Dr. Islah, M.Ag.
NIP. 197305222003121000

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : FARKHAN NUR ROMADHON
NIM : 214071009
Program Studi : (S2) Manajemen Bisnis Syariah
Judul : PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, DAN SOSIAL TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta dan Mahasiswa Se-Solo Raya)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Bisnis Syariah dari Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruhnya atau sebagian tesis ini bukan asli karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surakarta, 16 November 2023

Yang Menyatakan,

Farkhan Nur Romadhon

MOTTO

"Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan salat.

Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar."

(Q.S Al-Baqarah: 153)

"Ilmu itu bagaikan binatang buruan, sedangkan pena adalah pengikatnya, maka ikatlah buruanmu dengan tali yang kuat."

(Imam Syafi'i)

"Jika kamu mencoba, kamu mungkin berhasil. Jika kamu tidak mencoba, kamu tidak akan berhasil. Ini benar untuk semua hal. Tidak berhasil adalah hasil dari tidak mencoba."

-Pepatah Jepang-

"Orang yang berhenti belajar akan menjadi tua, entah usianya 20 tahun atau 80 tahun, sedangkan orang yang terus belajar akan muda selamanya."

-Henry Ford-

"Adalah baik untuk merayakan kesuksesan, tapi hal yang lebih penting adalah untuk mengambil pelajaran dari kegagalan."

-Bill Gates-

"Apapun yang dilakukan oleh seseorang itu, hendaknya dapat bermanfaat bagi dirinya sendiri, bermanfaat bagi bangsanya, dan bermanfaat bagi manusia di dunia pada umumnya."

- Ki Hadjar Dewantara-

"Hanya pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan, tanpa pendidikan Indonesia tak mungkin bertahan."

-Najwa Shihab-

Tugas pokok intelektual adalah mempertahankan kebebasan berpikir, bukan membunuh kebebasan berpikir

-Gus Dur-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberiku kekuatan, membekali dengan ilmu melalui dosen-dosen Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta, atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya tesis ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Kupersembahkan karya ini kepada mereka yang tetap setia berada diruang dan waktu kehidupanku, khususnya teruntuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Anis Budiriyanto, Lc., M.Pd dan Ibu Nuriana Siregar yang telah memberikan dukungan biaya, moril serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesanku, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusyuk selain do'a yang terucap dari orang tua.
2. Kakakku Himmah Mujahidah Azzam, S.Pd. dan Suaminya Kifaah, Lc., MH yang selalu mendukung setiap perjalanku.
3. Istriku Sunia Desya Ningrum, S.Pd. yang telah memberikan motivasi serta doa yang membuatku bersemangat untuk segera menyelesaikan tesis ini dengan baik.
4. Adikku perempuan Nida Ul-khusna, S.Pd. Zakiyah, dan Inas yang selalu mendo'akanku.
5. Keluarga besar dan seluruh saudaraku yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu yang selalu memberi dukungan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini.
6. Keluarga Pascasarjana Manajemen Bisnis Syariah tahun 2021 yang sudah menjadi keluarga dan telah menemani setiap perjalanan mencari ilmu, selalu memberi semangat dan dukungan satu sama lain.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pascasarjana Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah mendidik dan membimbingku dari semester pertama hingga saat ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul: PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, DAN SOSIAL TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya)

Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya dari dunia sampai akhirat nanti. Sejak mulai masuk pada Pascasarjana hingga menyelesaikan tugas akhir ini, banyak pihak yang telah membantu kepada penulis. Oleh karena itu dengan kerendahan hati yang tulus penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Toto Suharto, S.Ag., M.Ag. selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Islah, M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta.
3. Bapak Prof. H. Sujito, M.Pd. selaku Wakil Direktur Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta.
4. Ibu Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Magister Studi Manajemen Bisnis Syariah Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta.
5. Bapak Prof. Drs. H. Sri Walyoto, M.M., Ph.D. selaku Pembimbing tesis yang penuh kesabaran dan kearifan telah memberikan bimbingan dan dorongan semangat yang tidak henti-hentinya disela-sela kesibukan dan tugasnya.
6. Dewan penguji yang telah memberikan arahan, saran dan bimbingan dalam memperbaiki tesis ini.

7. Seluruh Bapak Ibu Dosen Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta, khususnya dosen yang telah mengasuh mata kuliah dari semester awal sampai selesai, mudah-mudahan ilmu yang diajarkan kepada kami menjadi amal sholeh yang dapat diterima Allah SWT.
8. Seluruh staff karyawan Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah membantu semua kebutuhan yang diperlukan selama proses penyelesaian penulisan tesis ini.
9. Orang tuaku, Istriku, Kakak, dan Adik-adikku yang telah mendoakan serta mendukung sepenuhnya aku dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
10. Sahabatku serta teman-teman seangkatan Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta saling mendukung dan memberi semangat demi terselesainya tesis ini.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan tesis ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Surakarta, 16 November 2023

Penulis,

Farkhan Nur Romadhon

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah mengalihaksarakan suatu tulisan ke dalam aksara lain. Misalnya, dari aksara Arab ke aksara Latin.

Berikut ini adalah Surat keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 - Nomor: 0543 b/u/1997 tentang Transliterasi Arab-Latin yang peneliti gunakan dalam penulisan tesis ini.

A. Konsonan

ARAB	NAMA	Latin	KETERANGAN	RUMUS*
ا	Alif	-	-	-
ب	Ba'	B	Be	-
ت	Ta'	T	Te	-
ث	Ṣa'	Ṣ	Es dengan titik di atas	1e60 & 1e61
ج	Jim	J	Je	-
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah	1e24 & 1e25
خ	Kha	Kh	Ka dan ha	-
د	Dal	D	De	-
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet dengan titik di atas	017b & 017c
ر	Ra'	R	Er	-
ز	Zai	Z	Zet	-
س	Sin	S	Es	-
ش	Syin	Sy	Es dan ye	-
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah	1e62 & 1e63
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah	1e0c & 1e0d
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah	1e6c & 1e6d
ظ	Ḍa	Ḍ	Zet dengan titik di bawah	1e92 & 1e93
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas	' _—
غ	Gain	G	Ge	
ف	Fa	F	Fa	
ق	Qaf	Q	Qi	
ك	Kaf	K	Ka	
ل	Lam	L	El	
م	Mim	M	Em	
ن	Nun	N	En	
و	Wau	W	We	

هـ	Ha'	H	Ha	
ء	Hamzah	'	Apostrof	'
ي	Ya'	Y	ye	

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRAK.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
NOTA PEMBIMBING TESIS.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	viii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Variabel Dependen Minat.....	10
2.1.2 Variabel Independen Religiusitas.....	15
2.1.3 Variabel Independen Lokasi.....	17
2.1.4 Variabel Independen Sosial.....	21
2.2 Kajian Pustaka.....	28

2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	31
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	33
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	33
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	34
3.4 Populasi, Sampel Data, Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.5 Data dan Sumber Data	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7 Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	40
3.8 Variabel Penelitian.....	41
3.9 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.10 Teknik Analisis Data.....	44
3.11 Uji Instrumen.....	45
3.12 Uji Analisis Linear Berganda.....	46
3.13 Uji Hipotesis.....	47
BAB IV Analisis Data dan Pembahasan	
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	50
4.1.1 Sebaran Responden Berdasarkan Alamat Domisili.....	50
4.1.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.1.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Angkatan Masuk	52
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	53
4.2.1 Uji Validitas.....	53
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	55
4.3 Uji Asumsi Klasik	56
4.4 Uji Persamaan Regresi.....	60
4.5 Uji Ketetapan Model.....	62
4.6 Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	64
4.7 Pembahasan.....	66
4.7.1 Pengaruh variabel X1 terhadap Y.....	66
4.7.2 Pengaruh variabel X2 terhadap Y.....	68

4.7.3 Pengaruh Variabel X3 terhadap Y.....	70
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	73
5.3 Saran-saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 SKOR DALAM SKALA LIKERT.....	40
TABEL 3.2 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	42
TABEL 3.3 INTERVAL KOEFISIEN KORELASI.....	49
TABEL 4.1 RESPONDEN BERDASARKAN ALAMAT DOMISILI.....	50
TABEL 4.2 KLASIFIKASI RESPONDEN BERDASAR JENIS KELAMIN.....	51
TABEL 4.3 KLASIFIKASI RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	52
TABEL 4.4 SEBARAN RESPONDEN BERDASARKAN ANGKATAN.....	52
TABEL 4.5 UJI VALIDITAS RELIGIUSITAS.....	53
TABEL 4.6 UJI VALIDITAS LOKASI	54
TABEL 4.7 UJI VALIDITAS SOSIAL.....	54
TABEL 4.8 UJI VALIDITAS MINAT.....	55
TABEL 4.9 HASIL UJI RELIABILITAS.....	56
TABEL 4.12 HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS.....	58
TABEL 4.14 HASIL UJI GLEJSER.....	60
TABEL 4.15 HASIL ANALISIS UJI PARSIAL.....	61
TABEL 4.16 UJI KOEFISIEN REGRESI SECARA SIMULTAN.....	62
TABEL 4.17 HASIL KOEFISIEN DETERMINASI.....	63
TABEL 4.18 HASIL ANALISIS UJI PARSIAL.....	64

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 KERANGKA PENELITIAN.....	31
GAMBAR 4.10 HASIL UJI NORMALITAS.....	57
GAMBAR 4.11 HISTOGRAM HASIL UJI NORMALITAS.....	58
GAMBAR 4.13 DIAGRAM <i>SCATTERPLOT</i>	59

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. INSTRUMEN PENELITIAN.....	80
LAMPIRAN 2. TABULASI DATA.....	84
LAMPIRAN 3. HASIL OLAH DATA.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendidikan memiliki peran yang sangat strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam mewujudkan cita-cita bangsa, kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Berdasarkan UU No. 20 tahun 2003 Pasal 13 ayat 1 terdapat tiga jalur pendidikan yaitu pendidikan informal, formal dan non formal (Darmadi, 2019). Dari ketiga jalur pendidikan tersebut, pendidikan formal merupakan pendidikan yang terstruktur serta memiliki tingkatan atau jenjang tertentu yang dilaksanakan di sekolah dengan syarat tertentu yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Seiring dengan berkembangnya peradaban, kesadaran akan pentingnya sebuah pendidikan yang baik, bermutu, dan berkualitas juga semakin dirasakan oleh berbagai kalangan.

Mereka pun banyak yang rela merogoh kocek dalam-dalam, hanya agar putra atau putrinya menjadi kaum terdidik, serta memiliki wawasan dan pengetahuan yang dapat menjadi bekal mereka dalam mengarungi kehidupan. Masa-masa ketika para pelajar SMA mencapai titik akhir masa sekolah merupakan suatu keadaan yang sulit. Mereka dihadapkan pada beberapa pilihan, apakah akan memasuki dunia kerja atau melanjutkan studi ke perguruan tinggi. Saat ini berbagai program pendidikan yang menarik telah banyak ditawarkan oleh banyak perguruan tinggi. Namun demikian, ternyata memilih perguruan tinggi menjadi “kesulitan dan keunikan” tersendiri bagi

para calon mahasiswa yang hendak melanjutkan studinya. Calon mahasiswa dihadapkan pada situasi memilih dari berbagai program studi yang dipromosikan oleh berbagai perguruan tinggi. Penentuan perguruan tinggi mana yang akan dipilih oleh calon mahasiswa dapat diibaratkan sebagai seorang pembeli yang akan membeli suatu barang atau produk.

Dengan demikian, lembaga pendidikan dapat dianalogikan sebagai lembaga pemberi jasa kepada para konsumen (mahasiswa). Oleh karena itu, mereka adalah pihak yang berhak memberikan penilaian menarik tidaknya suatu lembaga pendidikan.

Melanjutkan studi ke perguruan tinggi adalah seperti investasi jangka panjang, sebelum keputusan diambil banyak hal yang terlibat, seperti pemakai penggagas, pihak yang mempengaruhi, pengambil putusan, dan tentu saja faktor kepercayaan (Baharuddin, 2008). Banyak faktor yang harus dipertimbangkan sebelum seorang calon mahasiswa menjatuhkan pilihannya kepada salah satu perguruan tinggi yang diminati.

Proses pengambilan keputusan mungkin akan dimulai dengan penetapan tujuan lalu mengembangkan alternatif dan akhirnya menentukan pilihan terbaik. Sebagian orang mungkin akan melakukan pilihan secara spontan tanpa perencanaan, baik karena tergiur oleh promosi, pelayanan, fasilitas gedung dan lain-lain tanpa melakukan skala prioritas mana yang lebih dulu dilakukan.

Lebih jauh lagi penelitian ini dapat digunakan universitas untuk menentukan keunggulan kompetitif yang ditawarkan pada calon mahasiswa baru. Lokasi UIN Raden Mas Said berada di Jalan Pandawa,

Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah berada tepat di area persawahan dan kompleks kopassus sehingga tidak berpotensi terjadi kemacetan lalu lintas dan kebisingan, gedung yang digunakan untuk ruangan pembelajaran cukup kondusif sehingga efektif dalam pembelajaran sehingga mempengaruhi minat para calon mahasiswa. Melalui pernyataan dalam kuesioner peneliti mengorek berbagai jawaban dari responden sehingga menjadi bahan pertimbangan dan data dalam penelitian ini.

Pertimbangan biaya kuliah/ UKT menjadi penting karena biaya kuliah di UIN Raden Mas Said masih terjangkau. Tentu dalam menentukan pilihan kuliah memerlukan proses rasional yang sedapat mungkin objektif, karena akan berakibat jangka panjang dan terkait dengan pengorbanan yang besar, mulai dari waktu, persiapan, dana, dan sikap mental dari mahasiswa tersebut. Memilih jurusan/program studi bukanlah urusan yang mudah dan bukan pula persoalan yang dapat dianggap sepele. Banyak faktor yang harus diperhitungkan dan dipikirkan masak-masak.

Dari berbagai penelusuran literatur, diketahui bahwa faktor yang paling banyak menentukan dasar pijakan dalam memilih adalah ketertarikan atau daya tarik. Disamping itu, keputusan seseorang untuk menentukan pilihan sering terjadi sangat cepat kadang kurang dari setengah menit dan dipengaruhi oleh faktor *suka* dan *kepercayaan*.

Menurut Kotler dan Keller (2016) berpendapat bahwa "kepercayaan konsumen adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Itu tergantung pada sejumlah faktor interpersonal antar

organisasi, seperti kompetensi yang dirasakan perusahaan, integritas, kejujuran, dan kebijakan”

Ada beberapa dimensi dan indikator untuk dapat mengetahui kepercayaan konsumen, menurut Kotler dan Keller (2016) ada empat indikator kepercayaan konsumen: 1). Benevolence (kesungguhan atau ketulusan) yaitu seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen.

2). Ability (kemampuan) adalah sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan dan keamanan ketika bertransaksi.

3). Integrity (integritas) yaitu seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen. 4). Willingness to depend adalah kesediaan konsumen untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi. Penelitian terhadap faktor yang menentukan seseorang memilih universitas, menjadi komponen yang perlu diperhatikan bagi perguruan tinggi untuk menentukan strategi dalam menarik calon mahasiswa baru (Ming, 2010).

Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut universitas mengetahui apa yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki agar lebih banyak mahasiswa yang tertarik masuk ke universitas tersebut. Lebih jauh lagi penelitian ini dapat digunakan universitas untuk menentukan keunggulan kompetitif yang ditawarkan pada calon mahasiswa baru.

Juga menjadi faktor untuk kuliah di UIN Raden Mas Said karena akreditasi jurusan MBS unggul menjadi daya tarik mahasiswa. Menurut M. Dalyono (2007) berhasil atau tidaknya seseorang dalam belajar disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi pencapaian hasil belajar yaitu berasal dari dalam diri orang yang belajar (faktor internal) dan ada pula dari luar dirinya (faktor eksternal). Faktor internal meliputi kesehatan, intelegensi dan bakat, minat dan motivasi, serta cara belajar.

Sementara itu, situsakademianet.com mensinyalir beberapa kriteria pilihan seperti: status, citra, fasilitas fisik, biaya, proses belajar mengajar, mutu dosen, mutu lulusan, dan sebagainya. Sedangkan Sulaiman (2011) menyatakan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik perguruan tinggi diantaranya adalah biaya pendidikan dan beasiswa, informasi dari radio, teknologi Informasi, brosur dan spanduk Berdasarkan faktor analisis, menunjukkan bahwa faktor yang dominan menjadi daya tarik adalah faktor biaya Pendidikan.

Peneliti mengambil responden untuk penelitian ini hanya mahasiswa/i UIN Raden Mas Said Surakarta S1 Jurusan Manajemen Bisnis Syariah dan kenapa bukan calon mahasiswa (murid lulusan SMA sederajat) sebagai respondennya, karena sesuai judul penelitian mahasiswa yang telah menjadi mahasiswa yang sudah terdaftar/aktif di kampus UIN Raden Mas Said Surakarta yang menjadi responden penelitian.

Dan juga peneliti ingin mengetahui alasan para mahasiswa/i yang sudah terdaftar melalui kuesioner/daftar pertanyaan pada penelitian ini yang terfokus mengupas Religiusitas, Lokasi, dan Sosial Terhadap Minat

Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta yang akan diberikan kepada para mahasiswa/i melalui kuesioner pada penelitian ini. UIN Raden Mas Said Surakarta Sekolah yang berusaha untuk selalu mendapat tempat di masyarakat sebagai institusi pendidikan yang dipercaya dan berkualitas.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, DAN SOSIAL TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA** (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya)”. Berdasarkan latar belakang yang ada diatas, penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih program studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta?
2. Apakah Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih program studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta?
3. Apakah Sosial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih program studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta?

1.2 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini untuk menghindari terjadi kesalahan pahaman yaitu:

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah responden yang akan ditanyai untuk memperoleh informasi bagi penulis. Dalam penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta S1 program studi Manajemen Bisnis Syariah.

2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah variabel-variabel yang diteliti oleh penulis. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah Religiusitas, Lokasi, Dan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui secara parsial Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih program studi manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Untuk mengetahui secara parsial Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih program studi manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.
3. Untuk mengetahui secara parsial Sosial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih program studi manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.
4. Untuk mengetahui secara simultan ketiga variabel diatas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih program studi manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.

5. Untuk mengembangkan, memperluas, memperdalam dan menyempurnakan teori minat oleh para ahli, salah satunya Slameto (2003) di UIN Raden Mas Said Surakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Menambah ilmu pengetahuan terutama dalam analisis faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih program studi manajemen di UIN Raden Mas Said Surakarta. Merupakan wadah dalam menerangkan teori yang diperoleh baik melalui perkuliahan dari berbagai literatur untuk digunakan dalam penelitian secara empiris.

2. Bagi UIN Raden Mas Said Surakarta.

Menjadi informasi dan bahan masukan bagi kampus membuat kebijakan dalam melayani mahasiswa dan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa berikutnya dalam penulisan tesis.

3. Bagi Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah.

Menambah pengetahuan tentang religiusitas, lokasi, dan sosial. Dan bisa menjadi referensi ketika akan meneliti hal yang berkaitan dengan yang peneliti teliti.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan proposal ini maka perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik. Sistematika penulisannya yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Berisi tentang kajian teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisi tentang jenis penelitian, populasi dan penentuan sampel penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, metode analisis data yang mencakup uraian model dan cara untuk menganalisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran umum dalam penelitian, karakteristik responden, pengujian-pengujian, hasil penelitian, dan analisis penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menerangkan tentang kesimpulan dan saran dari peneliti tentang apa yang peneliti dapatkan selama melakukan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

Pada kajian teori dalam penelitian ini, peneliti akan membahas tentang religiusitas dan teorinya menurut para ahli. Dilanjutkan pengetahuan tentang lokasi dan teorinya menurut para ahli. Kemudian pengetahuan sosial dan teorinya menurut para ahli. Adapun variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel dependen dan independen. Variabel dependen berupa minat. Dan variabel independen berupa religiusitas, lokasi dan sosial.

2.1.1 Variabel Dependen Minat

1) Pengertian Minat

Menurut Sardiman yang dikutip dari buku tahun 1990 milik Sardiman. Menyatakan bahwa minat akan terlihat dengan baik apabila mereka dapat menemukan objek yang disukai dengan tepat sasaran dan juga berkaitan langsung dengan keinginan tersebut. Minat tersebut juga harus memiliki objek yang jelas untuk dapat mempermudah kemana arahnya seseorang tersebut harus bersikap dan juga menuju objek yang tepat.

Menurut Kotler dan Keller (2016, hlm.179), perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana tindakan individu, organisasi, dan kelompok dalam membeli, memilih, dan menggunakan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Mengapa studi semacam ini perlu dilakukan?.

Assael (2014, hlm. 31) mengungkapkan bahwa ketika konsumen membuat suatu keputusan, maka mereka juga akan melakukan evaluasi pasca pembelian berupa feedback yang dapat dimanfaatkan para pemasar sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran selanjutnya. Kotler mengartikan perilaku konsumen adalah keputusan seseorang atas merk, kategori produk, lokasi untuk didatangi, waktu pembelian, dan jumlah pembelian merupakan hasil rangsangan (stimuli) yang berasal dari luar dirinya, yang diolah dalam diri konsumen.

Pada dasarnya minat beli yang timbul dari dalam diri seseorang dalam konteks ini adalah mahasiswa terhadap suatu produk sering kali dipengaruhi oleh daya tarik yang ada pada produk tersebut, mulai dari adanya ragam produk desain, fitur, hingga layanan purna jual yang memberikan jaminan atas kendala produk tersebut.

Macam-macam Minat Menurut Ferdinand (Hidayat, Elita, dan Setiawan, 2012) minat beli dapat didefinisikan melalui macam-macam minat sebagai berikut: 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk

2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku utama produk tersebut. 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2) Definisi Minat

Slameto (2010: 57) minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Sedangkan Bernard (dalam Sardiman. 2007: 76) mengatakan bahwa minat timbul tidak secara tiba-tiba atau spontan melainkan timbul dari partisipasi, pengalaman, kebiasaan pada waktu belajar atau bekerja. Oleh karena itu, minat pada siswa dapat ditumbuh-kembangkan melalui belajar.

Sebab melalui belajar akan tumbuh daya tarik bagi siswa terhadap pelajaran sehingga siswa akan memperoleh kemampuan sesuai dengan bidang yang diminatinya. Sedangkan menurut Schiefele dan Csikszentmihalyi (1995: 324) *interest in a subject is also related to motivation and learning*. Minat juga terkait dengan motivasi dan pembelajaran. Jadi, siswa yang menaruh minat terhadap pelajaran akan termotivasi sehingga dalam proses pembelajaran siswa akan mempelajarinya dengan sungguh-sungguh.

Kata minat secara etimologi berasal dari bahasa Inggris "*interest*" yang berarti kesukaan, perhatian (kecenderungan hati pada sesuatu), keinginan. Jadi dalam proses belajar siswa harus mempunyai minat atau kesukaan untuk mengikuti kegiatan belajar yang berlangsung, karena dengan adanya minat akan mendorong siswa untuk menunjukkan perhatian, aktivitasnya dan partisipasinya dalam mengikuti belajar yang berlangsung.

Menurut Ahmadi (2009: 148) "Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, dan emosi),

yang tertuju pada sesuatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat” Menurut Slameto (2003:180), “Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan” dan “Suatu rasa suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh”.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas.

Siswa yang memiliki minat terhadap subyek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subyek tersebut. Sedangkan menurut Djaali (2008: 121) “minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh”. Minat yang timbul dari setiap individu dipengaruhi oleh kondisi individu tersebut sehingga sifat minat tidak menentu. Timbulnya minat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, dorongan dari individu sendiri, motif sosial, dan emosional.

Maslow (dalam Sardiman. 2012: 47) mengatakan bahwa dorongan-dorongan untuk belajar yaitu, adanya kebutuhan fisik, adanya kebutuhan rasa aman (bebas dari kekuatan), adanya kebutuhan akan kecintaan dan penerimaan dalam hubungan dengan orang lain, adanya kebutuhan untuk mendapatkan kehormatan dari masyarakat.

Sesuai dengan sifat seseorang untuk mengemukakan atau menyetengahkan diri. Hal ini dapat diartikan bahwa belajar mengindikasikan adanya kecenderungan untuk berusaha aktif meraih manfaat yang diharapkannya.

Dalam kaitannya dengan siswa, terdapat beberapa perubahan perilaku yang dimunculkan seperti pengetahuan, pemahaman, keterampilan, dan sikap dikarenakan siswa memiliki minat belajar yang tinggi. Hal tersebut juga diperkuat oleh pendapat Abdurrahman dan Mulyono (2009: 27) belajar adalah suatu bentuk pertumbuhan atau perubahan dalam diri seseorang yang dinyatakan dalam cara-cara bertingkah laku yang baru berkat pengalaman dan latihan.

Perubahan yang terjadi itu harus konsisten dan tidak hanya terjadi pada perilaku yang saat ini tetapi juga pada perilaku yang mungkin terjadi dimasa mendatang. Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan pilihan kesenangan suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh yang dapat membangkitkan gairah seseorang untuk memenuhi kesediaannya dalam belajar.

Minat belajar adalah skor siswa yang diperoleh dari tes minat belajar yang mengukur aspek kesukaan, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan. Minat ini besar sekali pengaruhnya terhadap belajar sebab dengan minat seseorang akan melakukan sesuatu yang diminatinya.

2.1.2 Variabel Independen Religiusitas

Religi: kata *religi* atau *reliji*, berasal dari kata *religie* (Bahasa Belanda), atau *religion* (bahasa Inggris) masuk ke dalam perbendaharaan bahasa Indonesia di bawa oleh orang-orang barat (Belanda dan Inggris) yang menjajah Indonesia dan Nusantara dengan membawa dan sekaligus menyebarkan agama Kristen dan Katholik. Kata *religi* atau *religion* itu sendiri berasal dari bahasa Latin, yang berasal dari kata *relegere* atau *relegare*. Kata *relegare* mempunyai pengertian dasar “berhati-hati”, dan berpegang pada norma-norma atau aturan secara ketat.

Dalam arti bahwa *religi* tersebut merupakan suatu keyakinan, nilai-nilai dan norma-norma hidup yang harus dipegangi dan dijaga dengan penuh perhatian, agar jangan sampai menyimpang dan lepas. Kata dasar *relegare*, berarti “mengikat”, yang maksudnya adalah mengikatkan diri pada kekuatan gaib yang suci. Kekuatan gaib yang suci tersebut diyakini sebagai kekuatan yang menentukan jalan hidup dan yang mempengaruhi kehidupan manusia.

Dengan demikian kata religi tersebut pada dasarnya mempunyai pengertian sebagai “keyakinan akan adanya kekuatan gaib yang suci, yang menentukan jalan hidup dan mempengaruhi kehidupan manusia, yang dihadapi secara hati-hati dan diikuti jalan-jalan dan aturan-aturan serta norma-normanya secara ketat, agar tidak sampai menyimpang dan lepas dari kehendak atau jalan yang telah ditetapkan oleh kekuatan gaib yang suci tersebut”. Nilai religius atau nilai kerohanian dibagi menjadi beberapa jenis.

Berikut beberapa jenis nilai religius, yaitu: 1. Nilai kebenaran yaitu merupakan suatu nilai yang berasal dari akal manusia. Sebagai contohnya adalah terkait dengan sesuatu yang dianggap benar maupun salah karena akal manusia memiliki kemampuan untuk membedakan yang benar dan yang salah 2. Nilai keindahan ada nilai keindahan yang dapat diartikan sebagai suatu nilai yang berasal dari perasaan manusia. Contohnya adalah daya tarik yang ada pada sebuah benda adalah suatu yang akan dihargai pada benda tersebut.

3. Nilai moral yaitu sebuah nilai yang berasal dari unsur kehendak manusia. Nilai moral juga memiliki hubungan erat dengan perilaku manusia terhadap penilaian yang nantinya akan dianggap baik atau buruk, mulia atau hina menurut tatanan yang ada di dalam kelompok sosial tersebut 4. Nilai keagamaan Nilai keagamaan adalah sebuah nilai yang bersumber dari kitab suci. Dimana nantinya nilai ini juga berhubungan dengan interaksi manusia terhadap sang pencipta atau Tuhan serta interaksi antar manusia dan sesamanya.

Harun Nasution merunut pengertian agama berdasarkan asal kata yaitu al- Din, *religi* (*relegere, religare*) dan agama. *Al-Din* (semit) dalam undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa Arab, kata itu mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Kata *religi* (Latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri dari a=tidak; gam= pergi) mengandung arti tidak pergi, tetap di tempat atau diwarisi turun temurun. (Harun Nasution, 1974:9-10).

Secara definitif, menurut Harun Nasution, agama adalah: Pengakuan terhadap adanya hubungan manusia dengan kekuatan gaib yang harus dipatuhi, Pengakuan terhadap adanya kekuatan gaib yang menguasai manusia, mengikat diri pada suatu bentuk hidup yang mengandung pengakuan pada suatu sumber yang berada di luar diri manusia dan yang mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia, Kepercayaan pada suatu kekuatan gaib yang menimbulkan cara hidup tertentu.

2.1.3 Variabel Independen Lokasi

Konsep lokasi dimana bauran pemasaran barang merupakan gabungan antara tempat, saluran distribusi dan persediaan. Lokasi juga terkait dengan keputusan perusahaan atau lembaga mengenai di mana operasi dan sifat lokasi akan ditempatkan. Kotler and Armstrong (2006), defined place or distribution as a set of interdependent organizations involved in the process of making a product available for use or consumption by consumers.

Terdapat tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi yaitu sebagai berikut: 1. Pelanggan mendatangi perusahaan, bila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan pelanggan sehingga mudah dijangkau. 2. Pemberi jasa mendatangi pelanggan, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas. 3. Pemberi jasa dan pelanggan tidak bertemu secara langsung, berarti service provider dan pelanggan berinteraksi melalui sarana tertentu, seperti telepon, komputer, dan surat

Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi kedua belah pihak dan terlaksana. Lokasi dalam konsep pemasaran jasa pendidikan adalah tempat yang digunakan dalam perencanaan dan pelaksanaan program jasa pendidikan yang akan dirasakan oleh siswa.

Dari pendapat di atas, lokasi pendidikan dapat diartikan sebagai penyampaian suatu lembaga pendidikan yang digunakan dalam proses pembelajaran dan dapat dilihat dari tempat suatu lembaga pendidikan itu sendiri. Penentuan lokasi juga penting, lembaga pendidikan menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen jasa pendidikan.

a. Faktor-faktor Penentuan Lokasi Pendidikan

Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam penentuan lokasi jasa di antaranya adalah: 1) Akses, yaitu lokasi harus mudah dijangkau sarana transportasi umum. 2) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan

3) Lalu lintas (traffic), ada dua hal yang perlu dipertimbangkan yaitu banyaknya orang yang berlalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya impulse buying dan kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat pula menja

di hambatan. 4) Tempat parkir luas dan aman. 5) Ekspansi, tersedianya tempat yang cukup untuk perluasan usaha di kemudian hari. 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. 7) Persaingan, yaitu lokasi pesaing. 8) Peraturan pemerintah. Penentuan lokasi lembaga pendidikan akan mempengaruhi minat calon mahasiswa dalam menentukan pilihannya.

Letak lokasi lembaga pendidikan yang perlu diperhatikan adalah: 1) Lingkungan lokasi itu berada (dekat pusat kota atau perumahan, kondisi lahan parkir dan lingkungan belajar yang kondusif) 2) Transportasi (kemudahan sarana transportasi serta akses jalan menuju ke lokasi)

3) Selain lokasi secara fisik yang dapat dijangkau, keberadaan lokasi secara virtual yaitu melalui internet juga sangat diperlukan. Melalui situs yang mudah diakses memudahkan para calon mahasiswa mengakses informasi yang dibutuhkan tanpa harus datang ke lokasi secara langsung. Jadi penentuan lokasi perlu melihat beberapa faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap lokasi perguruan tinggi tersebut dan lembaga juga perlu melakukan beberapa perbaikan melalui tambahan fasilitas sebagai bentuk melayani para calon mahasiswa dengan memberi kenyamanan dan kemudahan.

b. Pengaruh Lokasi Perguruan Tinggi

Dalam buku-buku pemasaran, Lokasi biasanya diterjemahkan sebagai saluran pemasaran. Menurut Kotler Kevin Lane Keller dalam bukunya *Manajemen Pemasaran (2007)*, Saluran pemasaran adalah proses untuk organisasi yang saling tergantung dan tidak terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Menurut Buchari Alma, dalam konteks jasa pendidikan tinggi, yang dimaksud dengan place adalah lokasi. Penentuan lokasi perguruan tinggi akan mempengaruhi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya.

Lokasi yang strategis dan mudah dicapai kendaraan umum, serta akan menjadi daya tarik bagi mereka. Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi perguruan tinggi merupakan elemen yang paling penting dalam mempengaruhi preferensi calon mahasiswa dalam menentukan pilihannya.

Oleh karena itu, lokasi perguruan tinggi perlu diatur sedemikian rupa agar dapat menjadi daya tarik bagi mahasiswa. Lokasi perguruan tinggi perlu mempertimbangkan lingkungan di mana lokasi itu berada (dekat dengan pusat kota atau perumahan, kondisi lahan parkir, lingkungan belajar yang kondusif) dan transportasi (seperti kemudahan sarana transportasi menuju perguruan tinggi tersebut). Namun selain lokasi perguruan tinggi secara fisik, lokasi perguruan tinggi juga dapat dijangkau secara virtual yaitu melalui internet.

Tersedianya situs suatu perguruan tinggi akan menjadi daya tarik, sehingga dari sana dapat diperoleh banyak informasi yang diperlukan tanpa harus datang ke lokasi perguruan tinggi. Contoh dari posisi perguruan tinggi yang ideal adalah yang jauh dari kebisingan. Lokasi perguruan tinggi bisa saja dekat dengan perumahan, namun perlu bekerja sama dengan masyarakat sekitar untuk tetap menjaga suasana tetap kondusif dan menyediakan sarana- sarana yang dibutuhkan mahasiswa, seperti tempat kos, kantin, rental komputer, wartel, tempat fotocopy, dan lain-lain. Maka penentuan lokasi yang strategis akan mempengaruhi terhadap minat mahasiswa agar lebih memilih perguruan tinggi tersebut.

2.1.4 Variabel Independen Sosial

1. Definisi sosial

Definisi Sosial Menurut KBBI pemahaman sosial dalam arti KBBI merupakan adanya sebuah hal-hal yang telah berhubungan dengan suatu komunitas atau karakteristik sosial dan yang mempertimbangkan dalam kepentingan publik. Menurut Lamb (2001) dalam Koesoemaningsih (2013) faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal.

Menurut Setiadi (2003:12) perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti: kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status konsumen, faktor-faktor ini berpengaruh pada tanggapan konsumen.

a. Kelompok Acuan

Kelompok referensi adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan.

Beberapa kelompok keanggotaan adalah kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja, yang berinteraksi dengan seseorang secara terus menerus dan informal. Orang juga menjadi anggota kelompok sekunder, seperti kelompok keagamaan, profesional dan asosiasi perdagangan yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.

Pemasaran berusaha mengidentifikasi kelompok referensi pelanggan mereka. Kelompok referensi mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembelian dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertindak. Anggota kelompok referensi sering menjadi penyebar pengaruh dalam hal selera. Oleh karena konsumen selalu mengawasi kelompok tersebut baik perilaku fisik maupun mentalnya. Yang termasuk kelompok referensi ini antara lain; serikat buruh, team olah raga, perkumpulan agama, kesenian dan lain sebagainya.

b. Keluarga.

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan ia telah menjadi obyek penelitian yang luas. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

Kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan ia telah menjadi objek peneliti yang luas. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli.

Keluarga orientasi terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan orientasi atas agama, politik dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Bahkan jika pembeli tidak lagi

berinteraksi secara mendalam dengan keluarganya, pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan Di negara-negara di mana orang tua tinggal dengan anak-anak mereka yang sudah dewasa, pengaruh mereka dapat menjadi sangat besar. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi yaitu, pasangan dan anak-anak.

Sebagian besar penelitian perilaku konsumen mengambil individu sebagai unit analisis. Tujuan pada umumnya adalah untuk menjelaskan dan memahami bagaimana individu membuat keputusan pembelian sehingga strategi pemasaran dapat dikembangkan untuk dapat mempengaruhi proses tersebut dengan lebih efektif.

c. Peran dan Status

Posisi seseorang dalam suatu kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Koesoemaningsih, 2013 dengan judul “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi”, variabel sosial diukur melalui indikator: 1). Kelompok referensi. 2). Keluarga. 3). Peran dan status sosial.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial yaitu faktor yang dipengaruhi oleh orang-orang sekitar. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi belajar secara umum menurut Slameto (2003: 54)

pada garis besarnya meliputi faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern meliputi a) faktor jasmaniah; b) faktor psikologis; dan c) faktor kelelahan. Faktor ekstern, dibagi menjadi 3 faktor yaitu: a) faktor keluarga; b) faktor sekolah; dan c) faktor masyarakat.

Menurut M. Dalyono (2007: 55) berhasil atau tidaknya seseorang dalam belajar disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi pencapaian hasil belajar yaitu berasal dari dalam diri orang yang belajar (faktor internal) dan ada pula dari luar dirinya (faktor eksternal). Faktor internal meliputi kesehatan, intelegensi dan bakat, minat dan motivasi, serta cara belajar. Sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan masyarakat dan lingkungan sekitar tempat tinggal.

Kedua faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam meraih prestasi belajarnya. Rumusan yang lebih sederhana diungkapkan oleh Winkel (1994: 24) yang menyatakan bahwa faktor-faktor prestasi belajar dibagi menjadi 2 yaitu: 1) Faktor Internal meliputi faktor fisiologis dan faktor psikis;

2) Faktor Eksternal meliputi faktor lingkungan keluarga yang terdiri dari pendapatan orang tua, status sosial ekonomi keluarga, perhatian orang tua serta hubungan antar anggota keluarga. Pendapat lain dikemukakan oleh S. Nasution (2008: 38) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi belajar sehingga tercapai penguasaan penuh ialah (1) bakat untuk mempelajari sesuatu; (2) mutu pengajaran; (3) kesanggupan untuk memahami pengajaran; (4) ketekunan; (5) waktu yang tersedia untuk belajar.

Kelima faktor ini menjadi suatu usaha-usaha yang perlu dilakukan agar benar-benar dapat tercapai prestasi belajar.

Berdasarkan berbagai pendapat dari para ahli di atas, peneliti merasa lebih dominan pada pendapat yang ungkapkan oleh M. Dalyono (2007: 55) karena pendapat tersebut telah mencakup seluruh pendapat dari berbagai ahli yang peneliti gunakan. Namun diubah sedikit pada lingkungan sekolah menjadi Lingkungan Kampus karena penelitian ini dilakukan bukan di lingkungan sekolah melainkan dilingkungan kampus, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi belajar terdiri dari dua faktor yaitu faktor internal yang berasal dari dalam individu dan faktor eksternal yang berasal dari luar individu.

Faktor yang berasal dari dalam atau faktor internal meliputi: a. Kesehatan Kesehatan jasmani dan rohani sangat berpengaruh besar terhadap pencapaian belajar seorang anak. b. Intelegensi dan Bakat Intelegensi dan bakat mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemampuan belajar seseorang.

Apabila seseorang mempunyai intelegensi tinggi dan bakatnya ada dalam bidang yang dipelajari, maka proses belajarnya akan berjalan dengan lancar bila dibandingkan dengan orang yang memiliki bakat saja tetapi memiliki intelegensi yang rendah c. Minat dan Motivasi.

Bakat adalah potensi yang dimiliki oleh seseorang sejak lahir. Jadi, bakat adalah potensi bawaan seseorang ya. Berkat bakat ini, seseorang dapat mempelajari sesuatu dalam lebih cepat dibandingkan

dengan orang lain dan dengan hasil yang jauh lebih baik. Contoh, bakat menari, bakat menulis, bakat menyanyi, bakat menari, dan lain sebagainya.

Sama halnya dengan intelegensi dan bakat, minat dan motivasi merupakan aspek kejiwaan yang berpengaruh besar terhadap kemampuan belajar seseorang. Minat merupakan keinginan yang besar terhadap sesuatu, sedangkan motivasi ialah daya Penggerak atau pendorong untuk melakukan suatu pekerjaan.

Minat dan motivasi seorang mahasiswa meliputi perasaan suka dan ketertarikan terhadap hal yang dipelajari, keinginan untuk melakukan kegiatan belajar dan partisipasi dalam kegiatan belajar d. Cara Belajar Belajar tanpa memperhatikan teknik, faktor fisiologis, psikologis, dan ilmu kesehatan, akan memperoleh hasil belajar yang kurang memuaskan.

Cara belajar yang baik harus memperhatikan teknik-teknik belajar, waktu belajar, tempat, fasilitas, penggunaan media pengajaran dan penyesuaian bahan pelajaran. Oleh karena itu, cara belajar seseorang juga akan mempengaruhi pencapaian hasil belajarnya. Setiap individu itu unik dengan segala karakteristiknya masing-masing. Faktor internal seperti hereditas (bawaan lahir) dan faktor eksternal seperti lingkungan merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perbedaan individu (individual differences).

Dalam pendidikan, faktor-faktor ini sangat berperan dan memiliki pengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan peserta didik. Menurut Sarumaha dkk. (2018), dalam realitasnya, sangat

mungkin salah satu dari kedua faktor tersebut lebih dominan pengaruhnya namun keduanya tetap berpengaruh. Hal ini karena setiap individu itu unik, tidak ada yang sama meskipun mereka dilahirkan kembar.

Faktor yang berasal dari luar atau faktor eksternal meliputi:

a. Lingkungan Keluarga

Faktor keluarga sangat berpengaruh terhadap pencapaian hasil belajar seorang mahasiswa. Tinggi rendahnya pendidikan orang tua, perhatian dan bimbingan orang tua, relasi antar anggota keluarga dan suasana rumah turut mempengaruhi pencapaian belajar seseorang.

b. Lingkungan Kampus

Keadaan kampus tempat belajar turut mempengaruhi kualitas keberhasilan belajar mahasiswa. Kualitas dosen, metode mengajar, kesesuaian kurikulum, keadaan fasilitas kampus, keadaan ruangan, jumlah mahasiswa per ruangan dan pelaksanaan tata tertib di kampus turut berperan dalam mempengaruhi keberhasilan belajar seorang mahasiswa.

c. Lingkungan Masyarakat

Keadaan masyarakat juga menentukan prestasi belajar. Bila keadaan masyarakatnya terdiri dari orang-orang yang berpendidikan dan bermoral baik, maka akan mendorong anak untuk lebih giat belajar.

d. Lingkungan Sekitar Tempat Tinggal

Keadaan lingkungan, bangunan rumah, suasana sekitar, keadaan lalu lintas, iklim dan sebagainya menjadi sangat penting dalam mempengaruhi prestasi belajar.

2.2 Kajian Pustaka

Beragam penelitian pernah diteliti berperan penting dan diperlukan sebagai data pendukung pada penelitian ini untuk memperluas teori dan wawasan yang dapat penulis gunakan sebagai bahan kajian penelitian. Meski memiliki ruang lingkup yang hampir sama, namun terdapat perbedaan, di antaranya beberapa variabel, sampel, metode dan objek penelitian. Ketidaksamaan akan peneliti gunakan sebagai bahan referensi dan kajian guna saling melengkapi antara penelitian satu dengan penelitian lainnya.

Berdasar hasil penelitian yang dilakukan sebagian besar menunjukkan bahwa variabel religiusitas, pengetahuan, dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat. Berikut ringkasan beberapa penelitian terdahulu yang pernah diteliti. Pada penelitian digunakan sesuai dengan judul penelitian, yaitu “Religiusitas, Lokasi, Dan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta”

Berikut ini 3 penelitian terdahulu yang penulis pergunakan dalam tesis ini:

Pertama, penelitian dari Octary Rustam (2022), Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Syariah, Religiusitas, Norma Subjektif dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Memilih Konsentrasi Akuntansi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Secara simultan pengetahuan akuntansi syariah, religiusitas, norma subjektif

dan pertimbangan pasar kerja berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam memilih konsentrasi akuntansi syariah.

Hasil secara parsial variable pengetahuan akuntansi syariah, religiusitas, norma subjektif dan pertimbangan pasar kerja berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam memilih konsentrasi akuntansi syariah. Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Octary Rustam dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan variabel Religiusitas dan Minat.

Namun yang menjadi perbedaannya adalah: (1) Menggunakan empat variabel independen, (2) Objek penelitian yang dilakukan juga berbeda dengan peneliti yaitu pada Mahasiswa UIN SUSKA RIAU, dan (3) Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling (4) kemudian penelitian ini menggunakan sebanyak 61 responden.

Analisis data menggunakan validasi dan realibilitas, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis menggunakan metode regresi linier berganda. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Aziz Khuluqi (2018) Pengaruh Persepsi Harga dan Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Program Studi Manajemen Pendidikan Islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

Persamaan penelitian yang dilakukan Muhammad Aziz Khuluqi dengan peneliti yaitu Menggunakan Lokasi sebagai variabel independen dan Minat sebagai variable dependen. Perbedaannya adalah: (1) dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel (2) objek penelitian yang digunakan yaitu pada 32 mahasiswa

(3) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang signifikan antara harga pendidikan terhadap minat mahasiswa yaitu 39,73. 2) Terdapat pengaruh signifikan antara lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa yaitu 30,7. 3) Terdapat pengaruh signifikan antara harga dan lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa yaitu 28,266.

Berdasarkan hasil perhitungan *R square* dapat disimpulkan 1) harga pendidikan terhadap minat mahasiswa memberikan kontribusi sebesar 57%. 2) lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa memberikan kontribusi sebesar 50,6%. 3) harga dan lokasi pendidikan secara bersamaan terhadap minat mahasiswa memberikan kontribusi sebesar 63,8%. Ketiga Reza Amalia Khusna (2020) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Akuntansi Syariah (Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta).

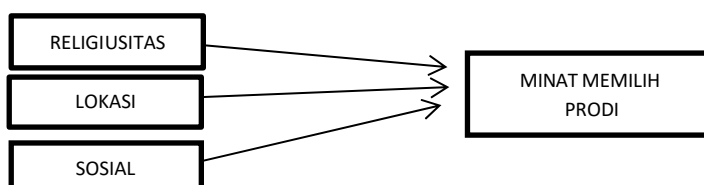
Hasil penelitiannya yaitu dengan analisis regresi linier berganda dan dalam pengolahan datanya dibantu dengan program SPSS 20. Hasil analisis ditemukan bahwa peluang kerja (X1), potensi diri (X2), dan keluarga (X3) memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam pemilihan jurusan. Sedangkan faktor motivasi spiritual (X4) tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam memilih jurusan.

Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Reza Amalia Husna dengan peneliti yaitu (1) sama-sama menggunakan variabel Religiusitas (Motivasi Spiritual), Keluarga (Sosial) dan Minat (2)

Walaupun judul peneliti berbeda isi dari penelitian diatas beberapa variabel sama. Namun yang menjadi perbedaannya adalah: (1) Menggunakan lima variabelindependen, (2) Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan akuntansi syari'ah di IAIN Surakarta angkatan tahun 2015-2018. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode sampelkluster (*cluster sampling*) dengan mengambil 25 orang di setiap angkatan. Sehingga jumlah sampel terdiri dari 100 responden dan jenis data adalah data primer.

2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu diatas, maka kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, hipotesis dikemukakan dengan tujuan untuk mengarahkan serta memberi pedoman bagi penelitian yang akan dilakukan, apabila ternyata hipotesis tidak terbukti dan berarti salah, maka masalah dapat dipecahkan dengan kebenaran yang ditentukan dari keputusan yang berhasil di jalankan selama ini.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga secara parsial religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa memilih program studi manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.

2. Diduga secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa memilih program studi manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.
3. Diduga secara parsial sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa memilih program studi manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Dalam rancangan penelitian ini berisi tentang ruang lingkup penelitian, lokasi penelitian, definisi konseptual variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, instrumen penelitian, uji validitas, uji reliabilitas, populasi dan teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah (Sugiyono, 2013). Penelitian ini kuantitatif menurut Sugiyono (2018, hlm. 14) kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (mengandalkan empirisme) yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak (random),

pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian objektif, dan analisis data bersifat jumlah atau banyaknya (kuantitatif) atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran

terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya (Arikunto, 2010). Adapun pengertian filsafat positivisme adalah filsafat yang mengandalkan empirisme atau penemuan dan pengamatan yang telah teralami (nyata) bukan sekedar asumsi atau logika.

Artinya, dalam penelitian kuantitatif, data konkret berupa angka atau tepatnya statistik menjadi penentu nomor satu dalam membuktikan asumsinya, bukan sekedar logika yang rasional. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang mengandalkan pengukuran objektif dan analisis matematis (statistik) terhadap sampel data yang diperoleh melalui kuesioner, jejak pendapat, tes, atau instrumen penelitian lainnya untuk membuktikan atau menguji hipotesis (dugaan sementara) yang diajukan dalam penelitian.

3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa/i UIN Raden Mas Said Surakarta Jl. Pandawa, Dusun IV, Pucangan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57168. Penelitian ini dilakukan pada semester ganjil tahun akademik 2023-2024, yaitu pada bulan september 2023 dengan menggunakan objek penelitian mahasiswa/i UIN Raden Mas Said Surakarta.

3.4 Populasi, Sampel Data, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa:“populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Jadi populasi tidak hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.

Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.

Berdasarkan definisi di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Raden Mas Said S1 Surakarta dari semester 1,3,5,7 tahun 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 peneliti bertanya pada bagian akademik FEBI sekitaran 1.189 mahasiswa manajemen bisnis syariah.

1. Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagai bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu yang dapat mewakili populasinya. Sampel digunakan jika populasi yang diteliti besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi. Kendala tersebut dapat terjadi karena adanya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang dimiliki peneliti.

Sampel yang akan digunakan dari populasi haruslah benar-benar dapat mewakili populasi yang diteliti. Sugiyono (2013) mendefinisikan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: *erroe level* (tingkat kesalahan)

Catatan: nilai e yang digunakan umumnya adalah 1%, 5%, dan 10% (Noor, 2011). Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut (tingkat kesalahan 5%):

$$n = \frac{1.189}{1 + 1.189 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{1.189}{1 + 1.189 (0,0025)}$$

$$n = \frac{1.189}{1 + 2.9725}$$

$$n = \frac{1.189}{3.9725}$$

$$n = 299 \text{ dibulatkan menjadi } 300$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 300 mahasiswa. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Convenience Sampling*, artinya peneliti melihat ketersediaan responden dan kemudahan untuk mendapatkannya.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik dalam pengambilan Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *NonProbability Sampling*. Berdasarkan Sugiyono (2018) *NonProbability sampling* ialah teknik pengambilan sampel dengan

tidak memberikan setiap anggota populasi kesempatan atau peluang yang sama ketika dipilih untuk sampel.

Teknik *NonProbability Sampling* hal inilah yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini. Terdapat banyak contoh metode dalam *NonProbability sampling* penulis akan menjabarkan satu persatu dari beberapa metode tersebut peneliti mengambil metode *accidental sampling*.

Metodenya yaitu:

- i. *Purposive Sampling*
- ii. *Convenience Sampling*
- iii. *Snowball Sampling*
- iv. *Accidental Sampling*
- v. *Quota Sampling*
- vi. *Judgement Sampling*
- vii. *Voluntary Sampling*

Kelebihan dan kekurangan teknik *nonprobability sampling*:

a. Kelebihan

- 1) Mudah Dalam Pengerjaan
- 2) Efektif Untuk Sampel yang Sulit Dijangkau
- 3) Fleksibel
- 4) Cocok Untuk Penelitian Eksploratif

b. Kelemahan

- 1) Kurang Representatif
- 2) Potensi Bias Data Tinggi

- 3) Sulit Untuk Diuji Keabsahannya
- 4) Tidak Dapat Digeneralisasi

Berdasarkan Sugiyono, (2018) pengertian *accidental sampling* adalah responden yang dapat dijadikan sampel yaitu setiap orang yang kebetulan ditemui oleh peneliti dapat digunakan sebagai sampel, asalkan orang yang kebetulan ditemui tersebut merupakan sumber informasi yang tepat.

3.5 Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data yang didapatkan berdasarkan Informasi atau data pertama dari tempat penelitian atau obyek penelitian langsung merupakan informasi primer (Sugiyono, 2018). Penggunaan instrument kuisisioner merupakan metode digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer. Berdasarkan Suliyanto, (2009) kuisisioner adalah cara atau

metode pengumpulan data dengan membagikan daftar pertanyaan maupun pernyataan yang ditujukan objek penelitian atau responden supaya responden memberikan jawabannya. Sehingga pada penelitian kali ini data atau informasi primer dapat diperoleh melalui penyebaran kuisisioner yang sebarkan kepada mahasiswa.

2. Data Sekunder

Data atau informasi yang di dapatkan berdasarkan sumber kedua atau sekunder dari data yang dibutuhkan pada penelitian merupakan data sekunder (Bungin, 2011). Data sekunder yaitu data yang tidak didapat langsung dari sumbernya dan dikumpulkan oleh pihak lain (Wahyuni, 2016:4).

Metode pengumpulan data melalui studi kepustakaan (*library Research*) dari jurnal. serta meliputi referensi dan data situs resmi serta pihak lainnya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam memperoleh atau pengumpulan data untuk digunakan dalam riset ini adalah kuesioner dan kajian literatur.

1. Observasi (pengamatan)

Observasi merupakan salah satu pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden namun dapat juga digunakan untuk merekam fenomena yang terjadi (situasi dan kondisi). Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, peneliti berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2017: 229).

2. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Wawancara dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

3. Kuisisioner

Kuesioner ialah cara untuk pengumpulan data atau informasi dengan menyebarkan atau memposting daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden (Sugiyono, 2018). Mahasiswa/i UIN Raden Mas Said Surakarta adalah yang akan menjadi responden pada penelitian ini. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi

seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden, selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut Ghozali (2013), skala *Likert* adalah skala yang terdiri dari lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut.

Tabel 3.1

Skor dalam Skala *Likert*

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.7 Teknik pengumpulan data sekunder

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan yang dilakukan dalam memperoleh informasi dengan menyelidiki benda-benda tulisan seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya (Arikunto, 2013:158).

2. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dari buku-buku, literatur dan jurnal ilmiah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti merupakan teknik pengambilan data atau informasi secara studi kepustakaan. Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan

mencari informasi lewat buku, majalah, koran, dan literatur lain yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori (Arikunto, 2013: 1). Studi pustaka yang digunakan dalam hal ini ialah buku referensi yang berhubungan dengan obyek penelitian.

Mencari informasi lewat buku, majalah, koran, dan literatur lain yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori (Arikunto, 2013: 1). Studi pustaka yang digunakan dalam hal ini ialah buku referensi yang berhubungan dengan obyek penelitian.

3.8 Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel yang memberikan gambaran dan dapat menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain ialah variabel bebas (*independent*) (Sugiyono, 2018). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Religiusitas (X1)*, *Lokasi (X2)*, *Sosial (X3)*.

2. Variabel terikat (*Dependen*)

Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *independen* (Sugiyono, 2018). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Minat (Y)*.

3.9 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
<i>RELIGIUSITAS</i>	<p>(Mokhlis, 2009) Religiusitas didefinisikan sebagai intensitas atau tingkat kepercayaan agama, partisipasi dan komitmen.</p> <p>(Hwang, 2017) Religiusitas berfungsi sebagai panduan untuk perilaku individu di masyarakat; itu dapat dimasukkan untuk membangun identitas diri yang religius, kemudian akan memengaruhi perilaku individu.</p> <p>(Guhung, 2014:26) Religiusitas merupakan nilai-nilai agama yang di anut seseorang. Semua agama umumnya memiliki tujuan yang sama dalam mengontrol perilaku yang baik dan menghambat perilaku yang buruk. “Religiusitas seseorang adalah tingkah laku manusia yang sepenuhnya dibentuk oleh kepercayaan kepada keghaiban atau alam ghaib, yaitu kenyataan kenyataan supra-empiris”.</p>	<p>Octary Rustam (2022)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Sharia accounting knowledge</i> 2. <i>Religiosity</i> 3. <i>Subjective norm and job market considerations on the students interest choosesharia accounting concentrarion</i>

	(Anshori dalam Iswahudin, 2015) 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. Agama menunjukkan pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianut,	.
<i>LOKASI</i>	(Kotler and Armstrong) Defined place or distribution as a set of interdependent organizations involved in the process of making a product available for use or consumption by consumers.	Muhammad Aziz Khuluqi (2018) <i>1. Persepsi Harga</i> <i>2. Lokasi</i> <i>3. Minat</i>
<i>SOSIAL</i>	Menurut Lamb (2001) dalam Koesoemaningsih (2013) faktor social merupakan sekelompok orang yang sama- sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal.	Sandra Oktaviana Pinaraswati, SE., MM dan Drs. Saibat, MM (2018) <i>1. Budaya</i> <i>2. Sosial</i> <i>3. Kepribadian</i> <i>4. Psikologis</i> <i>5. Keputusan</i>

<p><i>MINAT</i></p>	<p>(Puspitasari & Briliana, 2017) Minat (<i>intention</i>) seseorang untuk melakukan sesuatu dapat didasarkan pada kesenangan maupun keuntungan yang akan didapatkannya.</p> <p>Djaali (dalam Istarani & Intan pulungan, 2018:47) mengatakan bahwa minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian setelah adanya interaksi atau proses.</p>	<p>Syafira Ulya Firza¹, Agustina², Devina Loman³ Universitas Mikroskil Indonesia¹²³ (2022), Vira Yulia Syaputri (2020)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attitude</i> 2. <i>Intention</i> 3. <i>Perceived Behavioral Control</i> 4. <i>Subjective Norms</i> 5. <i>Theory of Planned Behavior</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Minat</i> 2. <i>Motivasi</i> 3. <i>Prestasi Belajar Siswa</i>
---------------------	---	---

3.10 Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. (Sugiyono, 232:2017). Statistik deskriptif memberikan gambaran atau

deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencegang distribusi) (Ghozali, 19:2011).

3.11 Uji Instrumen

Uji instrument dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen sehingga dapat diketahui layak atau tidaknya digunakan untuk mengumpulkan data di UIN Raden Mas Said Surakarta.

1. Uji Validitas

Validitas sebuah tes menunjukkan sejauh mana instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi product moment dengan angka kasar sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang di korelasikan.

X: nilai variabel X

Y: nilai variabel Y

N: jumlah responden

$\sum X^2$: jumlah kuadrat X

$\sum Y^2$: jumlah kuadrat Y

$\sum XY$: jumlah perkalian X dan Y

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kualitas yang menunjukkan kemantapan, ekuivalensi, atau stabilitas dari suatu pengukuran yang dilakukan. Valid diukur apabila lebih besar dari r teoritis atau tabel, valid jika kurang dari r teoritis (r tabel) maka tidak valid. Suatu tes atau alat evaluasi dalam hal ini disebut instrumen dikatakan reliabel, jika instrumen tersebut dapat dipercaya, konsisten, atau stabil dan produktif.

Jadi, suatu instrumen dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi, jika instrumen tersebut diujikan berulang ulang pada waktu berbeda, tetap menghasilkan data yang sama. Adapun untuk mengetahui reliabilitas angket dilakukan uji coba reliabilitas item dengan teknik belah dua (split half) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown. Syarat umum untuk dinyatakan reliabel jika r total (r_{gg}) = r total. ($r_{gg} X = 0,400$. Sedangkan $r_{gg} Y = 0,592$). Atau Spearman Brown lebih besar r teoritis. ($r = 0,2324$).

3.12 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis kuantitatif merupakan alat statistik berupa analisis linear berganda, mengandung makna bahwa suatu persamaan regresi terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen (Sugiyono, 2013). Pada regresi berganda variabel independen (variabel X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel Y), jumlahnya lebih dari satu. Dalam penelitian ini, variabel independen yaitu Religiusitas (X1) Lokasi (X2) dan Sosial (X3).

Sedangkan variabel dependennya adalah Minat (Y) sehingga persamaan regresi bergandanya adalah:

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

Keterangan: Y = Minat

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel X₁

b₂ = Koefisien regresi variabel X₂

b₃ = Koefisien regresi variabel X₃

X₁ = Religiusitas

X₂ = Lokasi

X₃ = Sosial

e = Error

3.13 Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui nilai signifikansi dari hasil penelitian maka perlu dilakukan dengan uji t. Uji t yaitu uji untuk mengetahui pengaruh Religiusitas, Lokasi, dan Sosial terhadap Minat dengan merumuskan hipotesis nol. Kriteria pengujian hipotesis dengan uji t adalah jika nilai signifikansi < 0,05, maka alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual dan signifikan mempengaruhi variabel dependen, diterima (Ghozali, 2016). Berikut langkah-langkahnya:

- a. Jika nilai sig. < 0,05 (5%) maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai $\text{sig.} > 0,05$ (5%) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen secara parsial variabel dependen.

2. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Sugiyono (2013), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui religiusitas, lokasi, sosial yang mempengaruhi minat mahasiswa memilih program studi manajemen dengan merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Berikut kriterianya:

- a. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila nilai $\text{sig.} > 0,05$ (5%). Hal ini berarti bahwa variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel independen.
- b. H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai $\text{sig.} < 0,05$ (5%). Hal ini berarti bahwa suatu variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

3. Uji Koefisien Korelasi (R)

Korelasi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan serta arah hubungan dari dua variabel atau lebih yang sifatnya kuantitatif. Nilai R berkisar antara 0-1. Semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Menurut Amalia dan Zahrina (2017) ada

beberapa interval koefisien korelasi dari tingkat sangat rendah, rendah, sedang, kuat dan sangat kuat. Interval tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Interval Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah angka atau indeks yang digunakan untuk mengetahui besarnya sebuah variabel atau lebih terhadap naik turunnya variabel yang lain dengan rumus:

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

Dimana:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Kuadrat Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2013), koefisien determinasi dilambangkan dengan $r \times 100\%$. Nilai yang dihasilkan menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam variabel dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan nilai variabel independen, selain itu diterangkan oleh pengubah yang lain. Nilai koefisiensi determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Apabila nilai yang dihasilkan semakin mendekati 1 maka model regresi semakin baik.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Objek kajian dalam penelitian ini adalah mahasiswa srata 1 pada progam studi Manajemen Bisnis Syariah yang berasal maupun yang berdomisili di eks Karisidenan Surakarta, yang terdiri dari tujuh kabupaten atau kota yaitu: Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Klaten, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Sragen, Kabupaten Wonogiri dan Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner, untuk mendapatkan tingkat pengembalian yang tinggi, oleh karena itu kuesioner disebarakan secara langsung dan melalui *google form* kepada responden yang diharapkan langsung di isi oleh responden

4.1.1 Sebaran responden berdasarkan alamat domisili

Berdasarkan sebaran responden berdasarkan alamat domisili, deskripsi karakteristik responden disajikan pada table 4.1 dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 4.1

Sebaran responden berdasarkan alamat domisili

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Responden	Persentase
1	Boyolali	41	13,7%
2	Karanganyar	24	8%
3	Klaten	39	13%
4	Sragen	50	16,7%
5	Sukoharjo	70	23,3%
6	Surakarta	37	12.3%
7	Wonogiri	39	13%
8	Total	300	100%

Sumber : data primer diolah, (2023).

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa asal responden dengan jumlah terbesar ialah kabupaten Sukoharjo dengan 70 responden atau sebesar 23,3%. Diikuti terbesar kedua ialah Kabupaten Sragem dengan 50 responden atau sebesar 16,7%. diurutan ketiga keempat ialah kabupaten Boyolali sebesar 41 responden atau sebesar 13,7% dan kabupaten Klaten dan Wonogiri yang sama-sama memiliki skor sebesar 39 responden atau sebesar 13%. Kemudian terbesar ke enam dan tujuh ialah kota Surakarta dan Kabupaten Karanganyar dengan masing-masing berjumlah 37 dan 24 responden atau sebesar 12,3% dan 8%.

4.1.2 Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, deskripsi karakteristik responden disajikan pada tabel 4.2 dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 4.2

Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	109	36,3%
2	Perempuan	191	63,7%
3	Total	300	100%

Sumber : data primer diolah, (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden ialah berjenis kelamin perempuan dengan total sebanyak 191 atau sebesar 63,7%. Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki memiliki jumlah 109 dengan 36,3%.

4.1.3 Klasifikasi responden berdasarkan usia

Berdasarkan usia, deskripsi karakteristik responden disajikan pada tabel 4.3 dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 4.3

Klasifikasi responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	18-21	241	80,3%
2	22-25	57	19%
3	26-29	2	0,7%
5	Total	300	100%

Sumber : data primer diolah, (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia antara rentang 18-21 tahun sebanyak 241 responden atau sebesar 80,3%. Usia dengan rentang 22-25 tahun memiliki jumlah responden sebesar 57 tahun atau sebesar 19%. Ketiga, atau yang terakhir usia rentang responden anatar 26-29 tahun sebesar 2 responden atau sebesar 0,7%.

4.1.4 Klasifikasi responden berdasarkan Angkatan Masuk

Berdasarkan Tahun atau Angkatan masuk, deskripsi karakteristik responden disajikan pada tabel 4.3 dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 4.4

Sebaran responden berdasarkan Angkatan

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Responden	Persentase
1	2017	5	1,7%
2	2018	8	2,7%
3	2019	22	7,3%
4	2020	15	5%
5	2021	30	10%
6	2022	94	31.3%
7	2023	126	42%

8	Total	300	100%
---	-------	-----	------

Sumber : data primer diolah, (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden didominasi oleh mahasiswa Angkatan masuk tahun 2023 sebesar 126 responden atau 42%. Kedua, ialah Angkatan tahun 2022 sebesar 94 responden atau 31,3%. Kemudian yang ketiga ialah Angkatan tahun 2021 sebesar 30 atau 10%. Untuk urutan ke empat dan kelima diisi oleh Angkatan 2019 dan 2020 dengan sebesar 22 dan 15 atau sebesar 7,3% dan 5%. Dan yang terakhir dua terbawah ialah Angkatan 2018 dan 2017 dengan masing-masing sebesar 8 dan 5 atau 2,7% dan 1,7%

4.2 Pengujian Instrumen Penelitian

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk menjamin bahwa instrumen yang digunakan telah sesuai dengan konsep penelitian untuk mengukur variabel. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Pearson Product Moment*. Validitas tiap butir pernyataan dalam kuisioner penelitian diketahui dengan membandingkan koefisien korelasi (r_{xy}) setiap pernyataan terhadap variabel atau nilai kritis. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila r_{xy} lebih besar dari pada r_{tabel}

a. Uji validitas variabel Religiusitas

Hasil uji validitas untuk butir pernyataan yang berkaitan dengan Religiusitas dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.5

Uji Validitas Religiusitas

No	R_{xy}	r tabel	Keterangan
----	----------	---------	------------

1	0,873	0,195	Valid
2	0,874	0,195	Valid
3	0,908	0,195	Valid
4	0,886	0,195	Valid
5	0,906	0,195	Valid
6	0,892	0,195	Valid

Sumber : data primer diolah, (2023)

Dari hasil olah data dengan menggunakan SPSS 22 dapat diketahui bahwa nilai r_{xy} hitung > nilai r tabel pada $\alpha = 5\%$ dan $N = 300$ yaitu 0,195 maka dapat disimpulkan untuk semua item variabel Religiusitas adalah valid.

b. Uji validitas variabel Lokasi

Hasil uji validitas untuk butir pernyataan yang berkaitan dengan Lokasi dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.6

Uji Validitas Lokasi

No	R_{xy}	r tabel	Keterangan
1	0,719	0,195	Valid
2	0,896	0,195	Valid
3	0,893	0,195	Valid
4	0,881	0,195	Valid

Sumber : data primer diolah, (2023)

Dari hasil olah data dengan menggunakan SPSS 22 dapat diketahui bahwa nilai r_{xy} hitung > nilai r tabel pada $\alpha = 5\%$ dan $N = 300$ yaitu 0,195 maka dapat disimpulkan untuk semua item variabel Lokasi adalah valid.

c. Uji validitas variabel Sosial

Hasil uji validitas untuk butir pernyataan yang berkaitan dengan sosial dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.7

Uji Validitas Sosial

No	Rxy	r tabel	Keterangan
1	0,883	0,195	Valid
2	0,908	0,195	Valid
3	0,917	0,195	Valid
4	0,901	0,195	Valid

Sumber : data primer diolah, (2023)

Dari hasil olah data dengan menggunakan SPSS 22 dapat diketahui bahwa nilai rxy hitung > nilai rtabel pada $\alpha = 5\%$ dan $N = 300$ yaitu 0,195 maka dapat disimpulkan untuk semua item variabel sosial adalah valid.

d. Uji validitas variabel Minat

Hasil uji validitas untuk butir pernyataan yang berkaitan dengan Minat dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.8

Uji Validitas Minat

No	Rxy	r table	Keterangan
1	0,826	0,195	Valid
2	0,878	0,195	Valid
3	0,878	0,195	Valid
4	0,908	0,195	Valid
5	0,913	0,195	Valid
6	0,917	0,195	Valid
7	0,880	0,195	Valid
8	0,853	0,195	Valid

Sumber : data primer diolah, (2023)

Dari hasil olah data dengan menggunakan SPSS 22 dapat diketahui bahwa nilai rxy hitung > nilai rtabel pada $\alpha = 5\%$ dan $N = 300$ yaitu 0,195 maka dapat disimpulkan untuk semua item variabel Minat adalah valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengukuran dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama. Dengan kata lain uji reliabilitas merupakan kriteria tingkat kemantapan atau konsisten suatu alat ukur (kuisisioner). Pengujian dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* Nilai alpha Menurut Ghozali (2018) menunjukkan bahwa Alpha cronbach's dapat diterima jika $> 0,6$. Semakin dekat *alpha cronbach's* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal. Hasil reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
1	<i>Religiusitas</i>	0,947	Reliabel
2	<i>Lokasi</i>	0,867	Reliabel
3	<i>Sosial</i>	0,924	Reliabel
4	<i>Minat</i>	0,959	Reliabel

Sumber : data primer diolah, (2023)

Berdasarkan tabel diatas dan setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan soft ware SPSS versi 22.00 diperoleh hasil nilai *alpha* masing-masing variabel menunjukkan angka lebih besar dari 0,6 maka kuisisioner dinyatakan reliabel atau handal dan selanjutnya dapat dipergunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian atau sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya terutama mengenai variabel Religiusitas, Lokasi, Sosial, Minat.

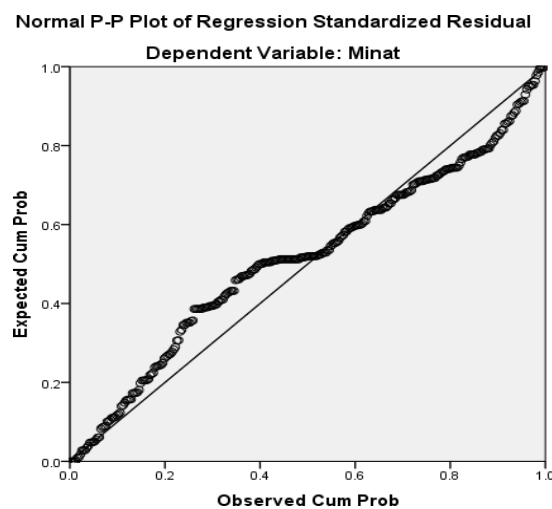
4.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi normal atau tidak. Jika distribusi normal maka sebaran nilai masing-masing variabel terbentuk sebaran normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Menurut Ghozali (2011) model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Hasil uji normalitas sebagai berikut :

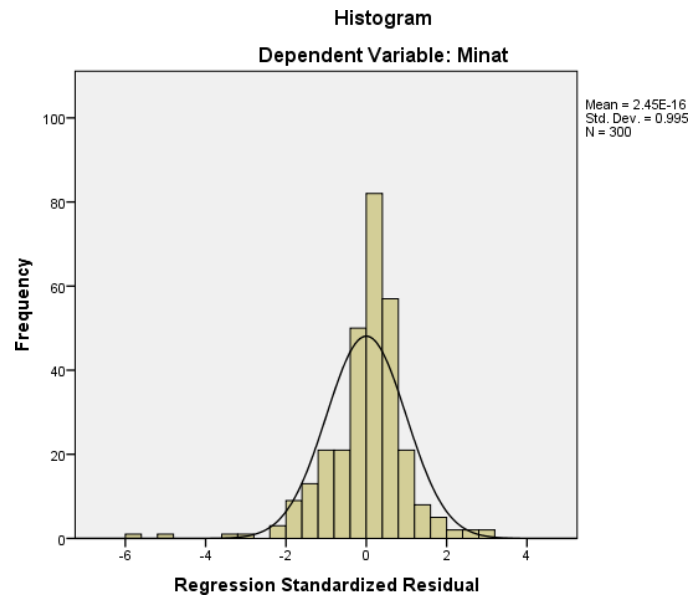
Gambar 4.10

Gambar Hasil Uji Normalitas



Hasil pada gambar 4.1 di atas menunjukkan plotting (titik-titik) mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Selain menggunakan uji P-P Plot guna menguji normalitas dapat digunakan dengan histogram.

Gambar 4.11
Histogram Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan grafik Histogram di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena memiliki karakteristik berbentuk lonceng dan tidak melenceng ke kanan atau ke kiri.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Pada penelitian ini menggunakan nilai *variance inflation factor (VIF)* < 10.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	VIF	Keterangan
1	Religiusitas	2,575	Tidak Ada Multikolinieritas
2	Lokasi	4,892	Tidak Ada Multikolinieritas

3	Sosial	4,485	Tidak Ada Multikolinieritas
---	--------	-------	-----------------------------

Sumber : data primer diolah, (2023)

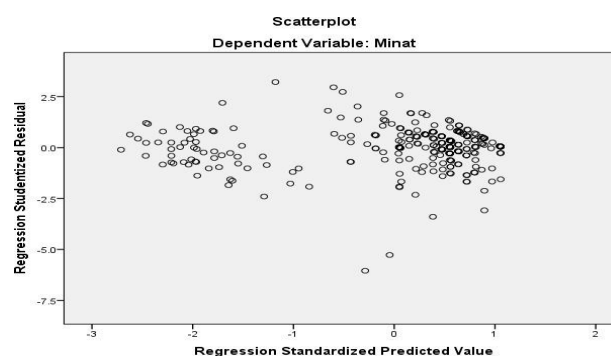
Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa nilai VIF di setiap variabel <10 maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi korelasi atau terjadi multikolinieritas antar variabel *independent*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji menggunakan diagram *Scatterplot*. dasar analisisnya menurut Ghozali (2018) adalah Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.13

Diagram *Scatterplot*



Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, serta titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain

pengujian menggunakan diagram Scatterplot pengujian heteroskedastisitas juga menggunakan uji glejser pada penelitian ini

Tabel 4.14
Hasil Uji Glejser

No	Variabel	VIF	Keterangan
1	Religiusitas	0,558	Tidak Ada Multikolinieritas
2	Lokasi	0,298	Tidak Ada Multikolinieritas
3	Sosial	0,308	Tidak Ada Multikolinieritas

Sumber : data primer diolah, (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig. di setiap variabel $>0,05$ maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

4.4 Uji Persamaan Regresi

Analisis regresi merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen (Ghozali 2011). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan Religiusitas, Lokasi dan Sosial terhadap Minat memilih program studi Manajemen Bisnis Syariah (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta).

Tabel 4.15
Hasil Analisis Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.461	.780		.591	.555
	Religiusitas	.034	.047	.025	.715	.475
	Lokasi	.631	.101	.296	6.245	.000
	Sosial	1.287	.091	.640	14.117	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : data primer diolah, (2023)

Dalam penelitian ini digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel Religiusitas, Lokasi dan Sosial terhadap Minat memilih program studi Manajemen Bisnis Syariah dari hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat dikonotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut $Y = 0.461 + 0,034x_1 + 0,631x_2 + 1,287x_3 + e$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa :

- a. konstanta sebesar 0.461 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata realisasi Minat memilih sebesar 0.461 atau jika X_1 , X_2 dan X_3 adalah nol maka variabel Y akan konstan sebesar 2,681.
- b. Nilai Koefisien regresi Religiusitas (b_1) mempunyai parameter positif sebesar $0,034x_1$ mempunyai arti apabila variabel X_1 (Religiusitas) naik 1, sedangkan variabel Y (Minat) akan naik sebesar $0,034x_1$ atau jika X_1 mengalami peningkatan senilai 1 maka akan terjadi peningkatan minat sebesar 0,034.

- c. Nilai koefisien regresi Lokasi (b_2) mempunyai parameter sebesar 0,631 mempunyai arti apabila variabel X_2 (Lokasi) naik sebesar 1 maka akan meningkatkan variabel Y (Minat) sebesar 0,631.
- d. Nilai koefisien regresi Sosial (b_3) mempunyai parameter sebesar 1,287 mempunyai arti apabila variabel X_3 (Sosial) naik sebesar 1 maka akan meningkatkan variabel Y (Minat) sebesar 1,287.

4.5 Uji Ketetapan Model

a. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel penjelas secara bersama-sama berarti secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen. Daerah penolakan $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Tabel 4.16

Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18358.422	3	6119.474	627.832	.000 ^b
	Residual	2885.108	296	9.747		
	Total	21243.530	299			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Sosial, Religiusitas, Lokasi

Sumber : data primer diolah, (2023)

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui F_{hitung} sebesar 627,832 sedangkan F_{tabel} 2,98 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan data tersebut diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima,

artinya secara bersama-sama Religiusitas (X1), Lokasi (X2), dan Sosial (X3) berpengaruh secara positif terhadap Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah pada mahasiswa S1 manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta (Y). Sehingga, hal ini menunjukkan model yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 atau koefisien determinasi mengukur kebaikan dari persamaan regresi yaitu menunjukkan seberapa besar variasi dari variabel bebas mempengaruhi variabel bebas.

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930 ^a	.864	.863	3.122

a. Predictors: (Constant), Sosial, Religiusitas, Lokasi

b. Dependent Variable: Minat

Sumber : data primer diolah, (2023)

Hasil olah data diperoleh R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,930 artinya variasi dari Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah dapat dijelaskan oleh Religiusitas (X1), Lokasi (X2), dan Sosial (X3) sebesar 93% sedangkan sisanya sebesar 7% dipengaruhi oleh variasi variabel diluar model.

4.6 Uji Hipotesis dan Pembahasan

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Gujarati, 1997). Adapun yang dilakukan dengan menggunakan uji regresi dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. H_0 akan diterima (H_a ditolak) pada tingkat kepercayaan tertentu jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dengan demikian variabel independen ke-i yang diuji tidak mempengaruhi variabel tidak bebas ke-i signifikan secara statistik.

Sebaliknya H_0 akan ditolak (H_a diterima) pada tingkat kepercayaan tertentu jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sehingga variabel independen ke-i yang diuji mempengaruhi variabel tidak bebas, dengan kata lain variabel independen ke-i signifikan secara statistik.

Tabel 4.18
Hasil Analisis Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.461	.780		.591	.555
	Religiusitas	.034	.047	.025	.715	.475
	Lokasi	.631	.101	.296	6.245	.000
	Sosial	1.287	.091	.640	14.117	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : data primer diolah, (2023)

Berdasarkan analisis persamaan regresi dapat dilakukan pengujian variabel secara parsial yang menjelaskan pengaruh antara masing-masing variabel. Uji parsial dengan t test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh

masing-masing variabel independen secara individu (parsial) terhadap variabel dependen. Pengujian t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel pada tingkat kepercayaan 95% atau ($p\text{-value} < 0,05$), maka H_0 diterima yang artinya variabel independen yang diuji secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian variabel parsial memiliki ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama penelitian ini menduga bahwa Religiusitas (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah pada mahasiswa S1 manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta (Y). Berdasarkan hasil analisis data uji t diperoleh besarnya t hitung untuk variabel Religiusitas (X_1) sebesar 0,715 dengan t tabel 1,968, maka nilai t hitung < t tabel. Sementara, nilai signifikansi variabel Religiusitas (X_1) sebesar 0,475, maka nilai signifikansi > α (0,05). Berdasarkan hasil tersebut, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa Religiusitas (X_1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah (Y).
2. Hipotesis kedua penelitian ini menduga Lokasi (X_2) berpengaruh parsial secara signifikan terhadap Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah pada mahasiswa S1 manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta (Y). Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh besarnya t hitung untuk variabel Lokasi (X_2) sebesar 6,245 dengan t tabel = 1,968 maka nilai t hitung > t tabel. Sementara, nilai signifikansi t hitung variabel Lokasi (X_2) sebesar 0,00. Maka nilai signifikansi < α (0,05). Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka H_0

ditolak H_0 diterima yang berarti Lokasi (X2) berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah (Y).

3. Hipotesis ketiga penelitian ini menduga Sosial (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah pada mahasiswa S1 manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta (Y). Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh besarnya t hitung untuk Sosial (X3) sebesar 14.117 dengan t tabel = 1,968 maka nilai thitung > ttabel. Sementara, nilai signifikansi t hitung variabel Sosial (X3) sebesar 0,000. Maka nilai signifikansi < α (0,05). Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka H_0 ditolak H_0 diterima yang berarti Sosial (X3) berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah (Y).

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh variabel Religiusitas terhadap Minat memilih program studi

Manajemen Bisnis Syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan antara tingkat religiusitas dan minat dalam memilih program studi. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori minat yang dicetuskan oleh Crow dan Crow (1989) yang menyatakan bahwa minat seseorang diperkuat oleh tiga faktor salah satunya adalah faktor dorongan dari diri individu. Faktor dorongan dari diri individu dalam penelitian ini adalah religiusitas dan pengetahuan. Religiusitas merupakan faktor dari dalam diri individu dimana

pemahaman tiap individu dalam menganut dan melaksanakan ajaran agama berbeda satu sama lain. Religiusitas sangat erat hubungannya dengan kehidupan batin manusia. Sikap keagamaan yang muncul dalam diri seseorang akan mendorong dirinya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatan masing-masing individu terhadap agamanya. Hal ini yang menyebabkan religiusitas tidak mempengaruhi minat memilih program studi. Karena pemahaman tiap individu berbeda maka dalam mengamalkan pemahaman agamanya pun berbeda pula.

Pada awalnya, hipotesis dari penelitian ini ialah Religiusitas akan memiliki dampak positif pada pembentukan minat memilih program studi manajemen bisnis syariah dengan notabennya kampus islam yang dalam pembelajarannya terdapat mata kuliah serta lingkungan yang dapat meningkatkan religiusitas. Namun, temuan kami menunjukkan bahwa faktor-faktor lain seperti lokasi dan sosial lebih berpengaruh dalam membentuk minat memilih program studi.

Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat religiusitas memiliki peran yang tidak terlalu penting dalam membentuk minat memilih program studi manajemen bisnis syariah di UIN Raden Mas Said Surakarta. Dalam konteks ini, program-program pendidikan dan promosi program studi Manajemen Bisnis Syariah dan kampus UIN Raden Mas Said Secara umum untuk menggunakan branding tertentu sebagai strategi yang efektif dalam meningkatkan minat dalam memilih program studi manajemen bisnis syariah.

Menurut Nugroho *et al.*, (2019) Meskipun religiusitas baik namun tidak menentukan minat. Karena pemahaman tiap individu terhadap religiusitas dalam

melaksanakan ajaran agama berbeda satu sama lain. Sehingga minat memilih program studi tidak dapat ditentukan oleh seberapa tinggi tingkat religiusitas seseorang. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian dari Maghfiroh (2018) yang menunjukkan tidak adanya pengaruh Religiusitas terhadap Minat dan selain itu penelitian dari Nugroho *et al.*, (2019) juga ditemukan hal yang sama. Sedangkan penelitian ini bertentangan dengan penelitian dari Romdhoni *et al.*, (2018) yang menemukan bahwa tingkat religiusitas sangat berpengaruh terhadap pembentukan minat.

Kesimpulannya, temuan penelitian ini mendukung argumen bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh pada pembentukan minat pada individu. Oleh karena itu, upaya-upaya untuk meningkatkan pemahaman yang selaras dalam religiusitas disertai pula minat dalam memilih program studi yang hendak individu tempuh. Terutama program studi manajemen bisnis syariah yang menerapkan syariat islam dalam perilaku manajemen dan bisnisnya serta kampus islam negeri UIN Raden Mas Said secara umum yang merupakan kampus islam yang dalam pembelajarannya pula terdapat upaya meningkatkan religiusitas mahasiswa.

4.7.2 Pengaruh variabel Lokasi terhadap terhadap Minat memilih program studi Manajemen Bisnis Syariah.

Hasil analisis data kami menunjukkan bahwa penggunaan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih program studi manajemen bisnis syariah. Meskipun mahasiswa datang berasal dari berbagai daerah termasuk luar solo raya namun kemudahan akses dan fasilitas disekitar kampus membuat lokasi

UIN Raden Mas Said Surakarta menjadi salah satu pertimbangan, temuan kami menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara letak lokasi kampus UIN Raden Mas Said Surakarta dalam membentuk minat memilih program studi manajemen bisnis syariah. Hal itu dapat dilihat dari deskripsi responden dimana berdasarkan asal atau domisili sekarang didominasi oleh kabupaten Sukoharjo yang mana menjadi letak dari tempat belajarnya sendiri program studi manajemen bisnis syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta.

Lokasi memiliki kaitan erat dengan minat beli karena lokasi mencerminkan kondisi riil yang dapat mempengaruhi apakah individu bersedia membeli di suatu tempat/lokasi tersebut. Kondisi seperti akses yang mudah terhadap lokasi yang akan dituju, lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman kini semakin dicari oleh individu dalam kebutuhannya terhadap sesuatu yang mereka inginkan (Kurniawan *et al.*, 2020). Dalam konteks kampus UIN Raden Mas Said dapat dikatakan memiliki tempat yang strategis yang mudah dijangkau serta tidak terlalu jauh dengan kota dengan segala fasilitas disekelilingnya. Menurut Levy dan Weirtz dalam Utami (2017) Masalah-masalah yang membuat suatu lokasi tertentu memiliki daya tarik secara spesifik, akan mengamati keuntungan aksesibilitas lokasi dan keuntungan aksesibilitas lokasi dan keuntungan secara lokasi sebagai pusatnya.

Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Novianti & Retnasih (2023), yang menemukan adanya pengaruh positif lokasi terhadap minat. Sama dengan penelitian tersebut Siskawati & Ningtyas (2022), menemukan lokasi merupakan faktor penting dalam pembentukan minat.

namun berbeda dengan temuan dari Hidayanti *et al.*, (2020) yang menemukan sebaliknya bahwa lokasi tidak memberikan dampak dalam pembentukan minat.

Kesimpulannya, Lokasi merupakan hal yang sangat penting dalam pembentuk mahasiswa dalam memilih program studi ataupun kampus selain faktor jarak dengan tempat tinggal akses, serta fasilitas perlu dipertimbangkan pula faktor kenyamanan lokasi yang menjadi tempat belajar selama perkuliahan. Hal ini menyoroti pentingnya pertimbangan pembangunan dalam menentukan sebuah lokasi karena dapat sebagai faktor penentu dalam membentuk minat mahasiswa dalam memilih kampus tersebut.

4.7.3 Pengaruh variabel Sosial terhadap terhadap Minat memilih program studi Manajemen Bisnis Syariah.

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal Lamb (2021). Teori yang mendasari penelitian ini adalah bahwa faktor sosial mungkin akan mempengaruhi pembentuk minat individu, mendorong mereka untuk mengambil tindakan dalam memilih program studi manajemen bisnis syariah.

Temuan hasil analisis data kami menunjukkan bahwa faktor sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih program studi manajemen bisnis syariah. Adapun nilai atau poin dalam uji t memiliki skor yang paling tinggi dibandingkan dengan variabel yang lainnya, dengan kata lain faktor sosial ini

merupakan factor yang paling berpengaruh dalam pembentukan minat mahasiswa dalam memilih program studi manajemen bisnis syariah.

Hasil temuan pada penelitian ini didukung penelitian terdahulu. Penelitian dari Aditya *et al.*, (2022) pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih program studi. Sama halnya dengan temuan dari Damayanti *et al.*, (2021) yang hasilnya menyatakan bahwa nilai-nilai sosial berpengaruh terhadap minat dalam memilih program studi. Namun hasil ini bertentangan dengan temuan dari Kumara (2020) yang menemukan faktor sosial tidak berpengaruh terhadap minat.

Rekomendasi yang dapat ditarik dari temuan ini adalah perlunya memberikan peran lebih terhadap alumni sebagai salah satu media promosi serta representasi hal capaian lulusan yang dapat berpengaruh dalam masyarakat. selain itu mempertahankan citra baik prodi yang telah memiliki nama baik melalui akreditasi. dan terakhir, penting juga untuk meningkatkan berbagai kegiatan yang melibatkan masyarakat secara umum.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh Religiusitas (X1), Lokasi (X2), dan Sosial (X3) terhadap Minat (Y) Memilih program studi manajemen bisnis syariah (Studi pada mahasiswa strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya). Untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan pada bagian sebelumnya, maka kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat memilih prodi manajemen bisnis syariah. Namun hasil analisis data menunjukkan perolehan nilai uji t sebesar $0,715 < t \text{ tabel } (1,968)$ dengan nilai signifikansi $(0,475) > 0,0$. Dengan demikian Hipotesis 1 ditolak.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap minat memilih prodi manajemen bisnis syariah, hasil analisis data menunjukkan perolehan nilai uji t sebesar $6,245 > T\text{-tabel } (1,968)$ dan nilai signifikansi $(0.000) < 0,05$. Dengan demikian Hipotesis 2 diterima.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Sosial berpengaruh dan signifikan terhadap minat memilih prodi manajemen bisnis syariah, hasil analisis data

menunjukkan perolehan nilai uji t sebesar $14,117 > T\text{-tabel} (1,968)$ dan nilai signifikansi $(0.000) < 0,05$. Dengan demikian Hipotesis 3 diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penyusunan dalam penelitian ini telah dirancang dan dilaksanakan dengan sebaik -baiknya, namun penulis masih merasa dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* sehingga terjadi bias responden serta kriteria wilayah yang dapat diharapkan lebih luas dikarenakan mahasiswa sudah datang secara nasional yang diharapkan oleh peneliti apakah pengisi kuesioner benar-benar responden yang bersangkutan.

5.3 Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh sejauh pelaksanaan penelitian ini religiusitas kurang dipertimbangkan oleh mahasiswa, maka kegiatan-kegiatan terkait dengan religiusitas perlu mendapatkan perhatian lebih oleh pihak kampus.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022, April). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *In FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 24, No. 2, pp. 245-258).
- ATTAAJIR: Jurnal Ekonomi Bisnis dan Keuangan Syariah Vol. 1, No. 1, (2019) Juni-Desember
- At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam Volume 5 Nomor 2 Ed. Juli–Desember 2019: Hal 296-309 p-ISSN: 2356–492xe-ISSN: 25499270
- Bintari, I. M. A. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Religiusitas, Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Karir Keuangan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10 (1), 139-150.
- Crow, L., & Crow, A. (1989). *Psychologi pendidikan*. Yogyakarta: Nur Cahaya.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104-112.
- Dongoran, F. R., & Syaputri, V. Y. (2022). Analisis Minat Dan Motivasi Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa. In *Prosiding Seminar Nasional USM* (Vol. 3, No. 1, pp. 387-400).
- Fridayanti, F. (2015). Religiusitas, Spiritualitas Dalam Kajian Psikologi dan Urgensi Perumusan Religiusitas Islam. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2), 199-208.
- Hamid, A. Z. W. A. R. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Ekonomi Syariah. *J. Penelit. Ilmu-ilmu Sos. dan Keislam*, 5(1), 159-174.

- Hidayanti, A. A., & Masyhudi, L. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(2), 129-144. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i2.160>
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MaA16/index>
- Ibnunas, B. G., & Harjawati, T. (2021). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Halal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 1(2), 119. Jakarta. Universitas Indonesia Press
- Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam [JIMPAI] Vol 2 Nomor 1 Januari 2022, hal: 1-15 ISSN: 2808-0149
- Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam [JIMPAI] Vol 2 Nomor 2 Februari 2022, hal: 1-14 ISSN: 2808-0149
- Kumara, B. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dengan menggunakan media sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 52-56.
<https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3533>
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Express Sukabumi: Studi Kasus konsumen Giant Express Sukabumi. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 145-154.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i2.112>
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswi Darush Shalihah. *Jurnal pendidikan dan ekonomi*, 7(3), 213- 222.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswi Darush Shalihah. *Jurnal pendidikan dan ekonomi*, 7(3), 213-222.

Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah:(Studi Kasus Di Bsi Ex Bsm). *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 127-136.

Miles, Matthew B dan huberman, A Michael. 1992. Analisis Data Kualitatif.

Miskahuddin, M. (2017). Pengaruh Internet Terhadap Penurunan Minat Belajar Mahasiswa. *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 7(2), 293-312.

MISYKAT AL-ANWAR: JURNAL KAJIAN ISLAM DAN MASYARAKAT

Moleong, j. Lexy, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.

Nalim, N. (2012). Analisis faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih Program Studi Pendidikan Bahasa Arab STAIN Pekalongan. In *Forum Tarbiyah* (Vol. 10, No. 2, pp. 214-235). Fakultas Tarbiyah IAIN Pekalongan.

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

Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh religiusitas, pendapatan, pengetahuan zakat terhadap minat membayar zakat profesi melalui Baznas dengan faktor usia sebagai variabel moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 955-966. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>

Oktaviana Pinaraswat, S., & Saibat, S. Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, Psikologis Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr. Soetomo Surabaya.

- Pinaraswati, s. o. (2019). Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, Psikologis Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen (Studi Empiris Pada Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya) (Doctoral dissertation, STIESIA Surabaya).
- Raihana, S., & Aulia, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *Jihbiz: Global Journal Of Islamic Banking*, 2(2), 110-123.
- Romdhoni, A. H. (2018). Pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah. *Jurnal Ilmiah EkonomiIslam*,4(02),136-147.
<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.%1fv4i02.307>
- Rosita, M. L. D. (2022). *Pengaruh persepsi, religiusitas, dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah dengan variable lingkungan sosial sebagai mediasi* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Safitri, N. D., & Suryaningsih, S. A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat. *Jurnal EkonomikaDan Bisnis Islam*, 4(3), 188-201.
- Sapitri, Z., & Yaya, R. (2015). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAk). *Journal of Accounting and Investment*, 16(1), 46-61.
- Sierra Elafansa, R. (2020). Analisis Pengaruh Religiusitas, Sikap Ramah Lingkungan, Norma Subjektif dan Identitas Diri Ramah Lingkungan terhadap Minat Beli Produk Hijau: Studi pada Mahasiswa UII.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel (strategi dan implementasi Ritel Modern)*. Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN

Lampiran 1
Instrumen Penelitian

INSTRUMEN PENELITIAN
PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI DAN SOSIAL TERHADAP
MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS SYARIAH
(Studi pada mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas
Said Surakarta Se-Solo Raya)

Daftar berikut berkaitan dengan data identitas responden:

Nama :

Usia : 16-20 21-25 26-30 31-50

Angkatan :

Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

Asal atau Domisili : Boyolali

Kabupaten/Kota Karanganyar

Sragen

Klaten

Surakarta

Wonogiri

Sukoharjo

PETUNJUK PENGISIAN

Anda diminta memberikan pendapat atas pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda (√) pada baris yang telah disediakan dan setiap alternatif jawabanya tidak mewujudkan *salah atau benar*.

Kami sangat menghargai waktu yang anda gunakan untuk mengisi instrumen ini secara jujur. Dan kerahasiaan identitas anda akan kami jaga sesuai dengan etika penelitian.

PERTANYAAN

STS : Jika pertanyaan tersebut **Sangat Tidak Sesuai/setuju** dengan diri anda.

TS : Jika pertanyaan tersebut **Tidak Sesuai/setuju** dengan diri anda.

N : Jika pertanyaan tersebut **Normal/biasa** dengan diri anda.

S : Jika pertanyaan tersebut **Sesuai/setuju** dengan diri anda.

SS : Jika pertanyaan tersebut **Sangat Sesuai/setuju** dengan diri anda.

RELIGIUSITAS

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
R 1	Dalam memilih prodi saya yakin dengan pilihan saya					
R 2	Prodi manajemen bisnis syariah menambah pengetahuan saya tentang bisnis dalam islam					
R 3	Saya selalu berdoa ketika hendak melakukan sesuatu, salah satunya belajar					
R 4	Belajar di prodi manajemen bisnis syariah membuat saya selalu ingat sholat dan membaca al-qur'an					
R 5	Saya bersyukur kepada Allah masih diberikan kesempatan belajar untuk masa depan cerah					
R 6	Saya ingin mengajarkan ilmu bisnis syariah saya ke orang lain sehingga bermanfaat dan ladang pahala bagi saya.					

LOKASI

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
LK 1	Lokasi kampus dengan rumah saya tidak terlalu jauh sehingga mudah diakses					
LK 2	daerah kampus dekat dengan perkotaan dan lingkungannya juga kondusif sehingga baik untuk belajar					
LK 3	Banyak warung diarea kampus sehingga saya puas tidak susah untuk mencari lauk pauk jika lapar					
LK 4	Transportasi umum banyak menyokong/ mengantarkan ke-lokasi kegiatan mahasiswa dalam belajar, seperti gojek, grab.					

SOSIAL

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
SS 1	Dalam pemilihan prodi terdapat dorongan dari pihak keluarga atau rekan terdekat yang menjadi dasar pengambilan keputusan					
SS2	Dalam Pemilihan prodi adanya dorongan dari alumni dan kakak kelas di kampus					
SS 3	Dalam Pemilihan prodi manajemen bisnis syariah melihat staff/karyawan, pengajar/dosen dan akreditasi sangat berkompetitif dan bagus					
SS 4	Dalam Pemilihan prodi manajemen bisnis syariah adanya anggapan jika lulus nantinya ada peran status sosial dimasyarakat dan lingkungan kerja					

MINAT

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
M 1	Progam studi manajemen bisnis syariah menjadi pilihan utama saya saat memilih progam studi kuliah					
M 2	Saya lebih senang memilih progam studi Manajemen Bisnis Syariah dibandingkan progam studi lain					
M 3	Saya akan merekomendasikan progam studi manajemen bisnis syariah pada kerabat dekat saat memilih progam studi					
M 4	Progam studi manajemen bisnis syariah adalah progam studi yang disarakanka orang tua saya saat akan memilih progam studi kuliah					
M 5	Progam studi manajemen bisnis syariah menjadi pilihan saya saat memilih progam studi perkuliahan					
M 6	Progam studi manajemen bisnis syariah saya yakini berkualitas bagus atau baik					
M 7	Saya akan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin sebelum memilih progam studi manajemen bisnis syariah					
M 8	Saya telah mempelajari detail progam studi manajemen bisnis syariah yang akan saya pilih					

Terima kasih atas partisipasi para responden dalam menjawab pertanyaan sesuai dengan pembobotan yang tersedia pada kuisisioner ini.

Lampiran 2
Tabulasi Data

X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	X1 .6	Total. X1	X2 .1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	Total. X2	X3 .1	X3 .2	X3 .3	X3 .4	Total. X3	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Tota l.Y
5	5	5	5	5	5	30	3	3	4	3	13	3	2	4	4	13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	5	18	3	3	4	5	15	4	4	5	4	4	5	5	4	35
3	4	5	3	4	4	23	3	4	4	5	16	5	3	5	3	16	4	4	4	3	4	5	4	5	33
2	2	1	1	2	2	10	2	1	1	2	6	2	1	1	1	5	2	2	2	2	1	1	1	2	13
4	4	5	4	4	5	26	4	4	5	5	18	4	5	4	5	18	4	5	5	5	4	3	5	4	35
4	5	4	3	4	3	23	5	5	3	4	17	4	4	5	4	17	3	3	4	4	5	5	4	3	31
4	5	5	4	4	5	27	5	4	5	4	18	4	3	3	4	14	4	5	5	4	4	5	5	4	36
3	4	4	3	3	3	20	4	5	5	5	19	5	4	4	3	16	4	5	5	4	3	3	3	3	30
5	5	4	5	4	4	27	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	4	4	5	5	4	5	5	4	36
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	5	3	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	2	1	2	3	1	11	2	1	1	2	6	3	2	2	1	8	1	2	2	2	3	2	1	2	15
4	5	4	4	5	5	27	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	5	4	4	5	5	5	4	3	35
5	4	4	5	4	3	25	3	4	5	4	16	5	4	3	3	15	3	2	3	4	5	4	4	5	30
4	5	5	4	4	5	27	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17	4	5	5	4	5	5	5	4	37
4	4	5	3	5	4	25	1	4	5	4	14	4	4	3	3	14	4	3	3	3	4	3	3	3	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	4	5	27	5	4	4	5	18	4	4	5	4	17	4	4	5	5	5	5	4	5	37
3	4	4	5	4	3	23	3	4	3	2	12	4	4	5	5	18	5	4	3	3	2	3	4	2	26
4	5	4	4	5	5	27	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	5	4	4	5	4	5	4	5	36
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	15	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	4	27	5	4	4	5	18	4	5	4	5	18	4	4	5	4	4	5	4	5	35

3	4	4	4	3	3	21	2	3	3	4	12	5	5	4	5	19	4	5	5	4	5	5	4	5	37
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	4	14	4	5	4	4	17	4	4	4	3	3	3	4	3	28
4	4	5	4	5	4	26	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18	4	5	4	5	4	4	5	4	35
4	3	5	3	5	5	25	1	3	4	4	12	4	4	3	4	15	4	4	3	4	4	4	3	3	29
4	5	4	5	4	4	26	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18	5	5	4	4	5	4	4	4	35
4	4	3	4	5	5	25	4	3	4	5	16	4	3	2	3	12	4	5	5	4	4	5	4	5	36
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	4	4	26	4	5	4	5	18	4	5	4	4	17	4	5	4	5	4	5	5	4	36
4	4	5	4	3	5	25	4	3	2	2	11	3	4	5	5	17	4	3	4	5	4	5	4	3	32
4	3	5	3	5	5	25	1	3	4	4	12	3	4	3	4	14	4	4	3	4	4	4	3	3	29
4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	4	5	26	4	5	4	4	17	4	5	5	4	18	4	5	4	4	5	4	4	5	35
2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	2	2	2	16
2	2	1	2	3	3	13	2	3	2	1	8	1	2	3	4	10	3	3	2	1	2	1	1	1	14
4	4	4	5	4	5	26	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	4	4	5	36
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	3	5	4	26	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	5	5	5	4	27	3	3	3	3	12	4	4	5	5	18	5	4	3	2	2	3	4	4	27
4	4	5	5	4	4	26	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	5	4	5	5	4	4	5	36
4	3	5	3	5	5	25	1	3	4	4	12	3	4	4	4	15	4	3	3	3	4	3	3	3	26
3	4	4	4	4	3	22	3	4	4	4	15	3	4	3	3	13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	4	5	23	4	3	4	5	16	5	5	4	3	17	3	2	2	3	3	4	5	4	26
4	5	4	4	4	5	26	5	4	4	5	18	4	4	5	5	18	4	5	4	4	5	5	4	4	35
4	4	4	5	4	4	25	4	4	3	4	15	3	4	3	3	13	4	4	3	4	4	3	4	3	29
4	3	5	4	4	5	25	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	5	4	4	37
4	4	3	4	5	5	25	5	5	4	3	17	2	3	2	1	8	2	3	4	5	5	4	5	4	32
4	5	5	4	5	4	27	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	5	4	4	4	4	5	4	34

4	3	5	3	5	5	25	1	3	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	4	3	30	
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	1	2	1	2	2	10	3	2	1	2	8	1	2	3	2	8	3	3	2	1	1	2	2	3	17	
5	4	4	5	5	5	28	3	4	4	3	14	3	5	4	4	16	4	4	3	4	4	3	3	4	29	
4	4	4	5	4	5	26	4	5	5	4	18	3	3	4	5	15	4	5	4	5	4	4	5	4	35	
4	4	5	5	4	3	25	2	2	3	4	11	5	4	3	3	15	4	4	5	5	4	5	5	4	36	
4	4	5	3	4	4	24	3	4	5	4	16	4	5	4	4	17	3	4	5	3	4	4	3	4	30	
4	4	5	4	5	4	26	3	3	4	4	14	5	4	3	2	14	1	2	3	4	5	5	5	5	30	
3	4	4	3	4	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	4	4	31	
5	3	5	3	5	5	26	1	4	4	4	13	4	4	4	4	16	5	4	4	3	4	4	3	3	30	
5	4	4	5	5	4	27	4	5	4	5	18	3	3	4	4	14	4	5	4	4	4	5	4	5	35	
3	4	4	5	5	4	25	3	3	2	1	9	2	2	1	2	7	3	2	3	2	2	1	2	1	16	
2	2	1	1	2	2	10	2	2	2	1	7	2	2	2	1	7	2	1	2	2	1	2	2	2	14	
5	4	4	5	5	4	27	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	4	5	5	4	4	5	5	5	37	
4	5	5	4	5	4	27	4	3	4	5	16	4	3	4	5	16	5	4	4	3	4	4	4	4	32	
1	2	1	2	2	1	9	1	2	1	1	5	1	2	1	2	6	3	2	1	1	1	1	2	2	13	
4	4	5	3	5	5	26	1	4	4	4	13	4	4	4	4	16	4	5	3	4	4	4	3	5	32	
4	4	5	4	5	4	26	3	4	5	4	16	3	4	5	4	16	4	4	5	4	4	4	4	3	32	
2	2	1	2	2	1	10	2	1	2	2	7	1	2	2	2	7	2	2	2	2	1	2	2	2	15	
1	1	2	1	2	1	8	1	2	1	1	5	1	2	1	1	5	2	1	1	1	2	1	1	1	10	
4	5	4	4	5	5	27	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	5	3	5	5	4	5	4	36	
4	3	4	4	3	4	22	3	4	3	3	13	3	3	4	5	15	5	3	4	5	4	4	5	5	35	
4	3	5	4	5	5	26	1	4	4	4	13	4	5	5	5	19	5	5	3	5	5	5	3	3	34	
5	5	4	4	5	5	28	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	5	4	5	37	
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
2	1	2	1	1	2	9	1	2	2	1	6	2	1	2	2	7	1	1	2	2	1	1	2	1	11	
5	5	5	5	5	5	30	3	4	5	5	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
2	1	1	2	2	2	10	1	1	2	3	7	2	2	1	2	7	2	1	1	2	1	1	2	2	12	
5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	4	5	5	5	5	4	5	38	

5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	5	4	5	5	26	4	4	4	5	17	3	4	5	5	17	4	4	5	5	5	5	5	3	36
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	5	27	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	5	5	4	5	37
4	5	5	4	4	5	27	2	4	5	5	16	4	4	5	5	18	4	4	5	4	5	4	5	3	34
4	5	5	3	5	5	27	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	5	29	2	4	5	5	16	4	4	4	4	16	4	5	3	4	5	4	5	3	33
4	5	5	5	5	5	29	3	4	5	5	17	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	5	4	27	4	5	5	4	18	5	4	4	5	18	4	5	4	5	4	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	5	5	29	2	4	4	5	15	4	5	5	5	19	4	4	3	4	5	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	3	3	5	15	4	5	4	3	4	4	5	5	34
5	5	4	5	4	4	27	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19	4	5	4	3	3	5	4	4	32
2	2	1	1	2	2	10	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	2	2	5	19
5	5	5	5	5	5	30	3	4	5	4	16	4	3	4	4	15	5	4	4	5	5	4	4	4	35
5	4	5	4	4	5	27	4	5	4	4	17	5	4	5	5	19	5	4	4	5	4	5	5	4	36
5	5	5	5	4	5	29	3	4	4	5	16	4	4	5	5	18	4	4	5	4	4	4	5	4	34
4	5	4	4	4	4	25	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	5	5	28	4	5	5	4	18	4	5	5	4	18	4	5	4	3	4	5	4	4	33
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	5	27	3	4	5	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	5	5	35
4	5	5	4	5	5	28	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	4	4	4	5	3	4	5	4	33
5	5	4	5	5	4	28	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	4	5	4	5	5	28	3	4	5	5	17	4	4	5	5	18	4	4	5	5	4	4	5	4	35
5	4	5	4	4	5	27	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	4	5	5	4	4	5	5	4	36
4	3	4	5	5	4	25	4	5	4	5	18	4	5	3	5	17	5	4	5	5	5	5	3	5	37

3	4	4	5	4	5	25	4	3	3	3	13	2	3	3	4	12	4	3	3	3	2	1	2	1	19
5	4	4	5	5	5	28	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19	4	4	5	3	3	5	4	4	32
3	3	2	2	2	1	13	2	2	1	1	6	2	1	1	2	6	3	3	2	2	1	1	2	2	16
4	3	3	4	4	3	21	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	5	4	5	5	27	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19	5	4	5	5	4	5	4	5	37
4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	4	3	3	34
5	4	4	5	4	5	27	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18	5	4	5	5	4	4	5	5	37
5	4	4	4	5	5	27	3	5	5	5	18	4	5	5	5	19	4	4	5	5	3	4	4	4	33
2	1	1	2	2	2	10	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	4	5	5	27	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	5	4	4	5	5	4	5	4	36
3	4	3	3	2	1	16	2	2	3	2	9	2	1	2	2	7	3	3	2	2	1	1	2	3	17
4	5	4	4	5	5	27	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19	5	4	3	4	5	4	4	5	34
5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	4	18	4	5	5	4	18	4	5	5	4	4	5	4	5	36
3	4	3	2	3	3	18	2	2	1	2	7	2	2	1	1	6	2	1	1	1	2	2	3	2	14
4	5	3	2	2	3	19	2	4	4	5	15	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	5	3	2	5	24	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	4	5	5	5	39
2	2	1	2	3	2	12	2	3	3	2	10	2	1	1	2	6	3	3	2	2	1	2	2	3	18
4	4	4	5	5	5	27	2	5	5	4	16	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	2	1	1	1	1	8	2	4	5	5	16	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	5	5	39
3	4	5	4	5	5	26	4	3	2	1	10	1	2	2	3	8	3	2	1	2	2	1	2	2	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	2	1	2	3	2	12	3	2	4	5	14	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	4	4	5	38
3	4	3	3	4	5	22	4	3	3	2	12	1	2	2	3	8	4	4	3	2	1	2	3	3	22
2	2	3	3	2	2	14	3	3	2	2	10	2	2	1	2	7	1	1	2	2	1	1	2	2	12
5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	4	4	26	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17	4	5	5	4	5	4	4	5	36
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	3	4	4	21	5	4	3	4	16	3	2	2	3	10	4	3	2	2	1	2	3	4	21

4	5	4	4	5	4	26	5	4	4	4	17	5	4	4	5	18	5	4	5	4	5	5	4	5	37
4	5	4	3	3	2	21	3	2	1	3	9	2	3	2	1	8	1	2	3	2	2	1	1	2	14
4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	4	5	5	39
2	3	2	2	1	1	11	1	2	1	1	5	2	3	2	2	9	1	1	1	2	3	2	1	2	13
4	5	4	5	5	5	28	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18	4	5	5	4	5	5	4	5	37
4	5	3	4	5	5	26	2	5	5	5	17	4	4	3	4	15	4	4	4	5	5	4	4	5	35
3	4	4	4	4	4	23	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	3	2	1	2	2	12	1	1	2	3	7	4	3	2	1	10	2	3	2	2	1	2	3	2	17
4	5	4	4	5	5	27	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	4	5	4	5	4	5	4	3	34
5	4	4	5	5	5	28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	4	5	5	4	4	5	5	5	37
3	4	5	4	4	5	25	5	4	4	4	17	3	3	3	4	13	5	5	4	3	4	5	4	3	33
5	5	5	4	5	5	29	2	4	5	5	16	4	4	5	4	17	4	3	5	4	4	5	4	5	34
4	5	5	4	5	4	27	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17	5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	5	3	5	4	4	25	5	5	4	5	19	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	5	5	4	39
2	2	1	2	1	1	9	4	4	5	5	18	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	5	4	5	37
3	4	5	4	5	4	25	5	4	3	4	16	5	4	5	4	18	5	4	3	3	3	3	2	1	24
4	5	5	4	5	5	28	4	5	4	4	17	4	5	4	5	18	4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	5	5	5	5	28	3	5	5	5	18	4	5	5	4	18	2	4	5	5	5	5	4	3	33
4	4	3	3	4	5	23	5	5	5	5	20	4	3	3	2	12	1	1	1	2	2	1	1	2	11
5	4	5	5	5	5	29	3	4	5	5	17	4	3	5	4	16	4	4	5	5	4	4	4	4	34
4	4	5	5	4	5	27	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	5	4	5	5	5	28	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	5	4	24	3	4	5	4	16	5	4	3	4	16	5	4	5	4	3	2	1	2	26
5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	3	4	32
4	5	5	5	5	3	27	4	3	4	5	16	4	5	5	4	18	4	3	4	5	5	5	4	5	35
5	4	3	4	3	2	21	2	1	1	2	6	3	2	1	2	8	3	2	1	1	2	3	2	2	16
5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	3	4	4	4	3	4	4	3	29

4	4	5	5	5	4	27	4	5	5	4	18	4	5	5	4	18	5	4	4	5	4	5	4	5	36
4	4	5	4	5	5	27	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17	4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	4	5	4	3	3	24	2	2	1	2	7	3	2	1	2	8	3	2	1	2	1	2	3	4	18
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	4	4	27	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	5	27	4	5	5	4	18	4	5	4	5	18	4	5	5	4	4	5	5	4	36
2	2	2	1	1	1	9	1	2	1	2	6	1	1	2	2	6	1	2	1	2	1	1	2	3	13
5	5	4	5	5	5	29	3	5	5	5	18	3	5	5	5	18	4	4	5	5	5	5	5	4	37
3	4	4	5	5	5	26	5	4	3	3	15	4	3	2	1	10	2	3	4	3	2	1	2	3	20
4	5	5	4	5	5	28	5	3	4	5	17	5	4	3	4	16	4	5	5	3	4	5	5	4	35
4	4	5	5	5	5	28	3	4	4	5	16	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	5	3	5	34
5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	18	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	4	5	5	39
1	2	1	1	2	2	9	1	1	2	2	6	1	1	2	2	6	3	2	1	1	2	2	3	2	16
5	4	5	4	4	5	27	4	5	5	4	18	4	5	4	4	17	4	5	4	4	5	4	5	4	35
5	5	5	5	5	5	30	3	4	4	4	15	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	3	3	3	4	3	20	3	2	1	2	8	2	1	2	2	7	2	1	1	1	1	2	3	2	13
5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	5	27	3	5	5	5	18	4	5	5	4	18	4	4	3	4	4	4	4	5	32
4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	18	4	4	5	5	18	4	5	4	5	4	4	4	4	34
3	2	1	2	1	2	11	3	3	2	1	9	2	2	1	1	6	2	3	2	1	1	2	1	1	13
4	5	5	5	5	5	29	3	4	4	4	15	3	5	5	5	18	5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18	4	4	3	4	4	4	4	5	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19	5	5	5	4	5	5	5	5	39
2	3	2	2	3	3	15	4	3	2	2	11	1	2	3	2	8	3	2	1	2	3	4	5	5	25
4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	3	5	5	28	2	5	5	5	17	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	3	5	31
4	4	5	4	4	5	26	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17	4	4	3	5	4	4	4	5	33
5	5	5	5	5	4	29	3	5	5	4	17	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	4	4	4	34

4	5	4	5	4	4	26	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18	4	5	4	5	5	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	30	3	4	4	5	16	4	5	5	5	19	5	4	3	5	5	5	5	5	37
5	4	5	5	5	5	29	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	3	4	4	5	5	5	5	36
5	4	4	3	5	5	26	3	4	4	4	15	4	3	4	4	15	4	3	4	4	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	24	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	3	5	4	4	5	4	35
2	2	1	2	2	2	11	3	3	4	4	14	5	5	4	4	18	5	4	5	4	5	5	5	5	38
4	5	5	5	5	3	27	3	4	4	5	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	5	18	4	5	5	4	18	4	5	5	5	4	5	4	4	36
5	4	4	4	4	4	25	3	5	5	5	18	4	5	5	4	18	4	4	4	4	5	4	5	5	35
5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	5	4	4	4	5	5	4	5	36
5	5	4	4	4	5	27	3	5	5	5	18	5	5	4	4	18	5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	4	17	4	5	5	4	18	5	4	4	4	5	4	5	4	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	4	5	4	5	5	5	5	5	38
2	1	2	1	2	4	12	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	4	5	4	5	4	27	2	4	5	5	16	4	4	4	5	17	4	4	4	5	4	4	5	5	35
4	5	5	4	4	5	27	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	4	5	4	5	4	4	5	4	35
4	5	5	5	4	5	28	5	5	4	3	17	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	5	5	28	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	5	5	4	5	4	27	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	4	5	5	4	5	4	4	5	36
5	4	4	5	4	5	27	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18	4	5	5	4	5	4	4	5	36
4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	4	4	5	34
5	4	5	5	5	4	28	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	4	4	5	5	5	38
5	4	5	5	4	4	27	4	5	5	4	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	5	4	5	4	36
4	5	5	4	4	5	27	5	4	4	4	17	5	4	5	5	19	5	4	4	5	5	4	5	5	37
2	1	2	1	2	1	9	4	3	4	4	15	4	5	5	5	19	4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	4	5	5	5	4	28	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18	3	3	4	5	5	5	4	5	34
4	4	5	5	5	5	28	3	4	5	5	17	4	4	5	5	18	4	4	5	4	4	5	5	4	35
4	5	4	4	5	4	26	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	4	5	4	5	5	4	4	5	36
2	2	1	3	3	3	14	4	5	4	4	17	4	5	5	4	18	4	5	4	5	4	3	5	5	35

3	4	3	3	4	5	22	5	5	5	4	19	3	4	4	3	14	2	2	1	2	2	2	2	2	15
4	5	5	3	5	5	27	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	5	25	2	4	5	5	16	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	4	5	3	32
4	5	5	5	4	5	28	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19	4	5	5	4	5	5	4	5	37
4	5	4	5	5	4	27	4	5	5	4	18	4	5	4	5	18	4	5	5	5	4	4	5	4	36
3	2	1	2	3	2	13	3	3	3	2	11	2	2	2	3	9	3	2	2	3	2	2	1	2	17
4	5	5	4	5	5	28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	3	3	21	2	3	2	2	9	3	2	3	2	10	3	2	3	2	3	3	2	2	20
5	5	5	4	5	5	29	3	4	5	5	17	4	4	5	5	18	4	5	3	4	4	4	4	4	32
4	3	4	3	2	3	19	4	3	2	2	11	3	4	3	2	12	3	3	2	2	2	1	2	3	18
4	4	4	5	4	5	26	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	4	5	3	3	5	4	5	34
4	4	5	3	4	5	25	2	4	5	5	16	4	3	5	4	16	4	4	3	4	4	4	5	4	32
4	3	4	4	3	2	20	3	2	1	2	8	1	2	3	2	8	3	2	2	3	2	3	2	2	19
4	3	5	4	5	4	25	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	4	5	4	5	5	4	3	5	35
4	5	5	4	5	4	27	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18	5	4	4	4	5	5	5	5	37
5	4	5	5	4	5	28	4	5	4	5	18	5	4	5	4	18	5	4	3	4	4	5	4	5	34
2	1	2	2	1	2	10	4	4	3	5	16	5	5	4	4	18	5	5	4	4	5	5	3	5	36
1	1	2	2	1	2	9	3	2	1	2	8	3	2	3	2	10	3	2	1	1	1	1	2	2	13
4	4	5	3	5	5	26	3	5	5	5	18	4	4	5	5	18	4	4	4	5	5	5	4	5	36
4	5	5	4	4	5	27	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19	3	4	3	5	4	5	5	5	34
4	3	2	3	2	3	17	2	1	1	2	6	3	3	2	3	11	2	1	2	3	2	2	1	1	14
4	5	5	4	5	4	27	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18	5	4	4	5	5	4	4	5	36
4	5	5	4	4	5	27	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	4	5	4	5	4	5	5	5	37
5	4	4	3	5	5	26	3	4	5	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	5	5	4	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	4	4	3	5	5	35
4	5	5	4	4	5	27	5	5	4	4	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	5	4	5	4	36
2	3	2	1	2	3	13	4	3	2	3	12	2	3	2	3	10	2	3	2	3	2	3	2	3	20
3	2	3	2	2	2	14	2	3	3	2	10	2	1	2	3	8	2	3	2	3	2	3	2	3	20
4	5	5	4	5	4	27	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	5	5	4	4	5	5	37

5	4	4	5	5	4	27	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	5	4	4	5	4	5	4	5	36
3	2	2	1	1	2	11	3	2	2	3	10	2	1	1	1	5	1	2	3	2	1	2	3	2	16
5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	4	18	4	5	5	5	19	5	4	5	4	5	5	4	4	36
5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	5	4	5	37
4	3	2	1	2	3	15	4	3	2	1	10	2	3	2	3	10	2	3	2	1	1	2	3	3	17
4	5	5	4	5	4	27	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	3	4	5	4	4	5	34
4	5	4	3	3	3	22	2	3	4	3	12	3	3	2	2	10	1	2	1	1	2	3	4	5	19
5	4	5	5	5	4	28	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	5	4	4	4	5	27	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17	4	5	4	5	4	5	4	5	36
2	3	2	1	1	2	11	3	3	2	1	9	2	3	2	3	10	2	3	2	1	2	3	2	3	18
4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	5	4	27	4	5	5	4	18	5	4	4	5	18	4	5	5	4	5	4	4	4	35
5	4	5	4	4	5	27	5	4	4	5	18	5	5	4	5	19	5	4	4	4	5	5	4	5	36
5	5	4	5	5	5	29	5	5	4	3	17	5	5	5	5	20	4	3	5	5	4	5	4	5	35
3	2	3	2	3	2	15	3	2	3	2	10	1	2	3	2	8	3	2	3	2	1	2	1	2	16
4	5	5	4	4	5	27	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	5	4	5	4	36
4	4	5	5	5	4	27	2	4	5	5	16	4	4	4	5	17	4	5	5	4	4	5	4	5	36
5	4	5	5	5	5	29	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	4	5	5	4	5	5	4	4	36

Lampiran 3

Hasil Olah data

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	109	36.3	36.3	36.3
	Perempuan	191	63.7	63.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-21	241	80.3	80.3	80.3
	22-25	57	19.0	19.0	99.3
	26-29	2	.7	.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Asal Kabupaten/Kota

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Boyolali	41	13.7	13.7	13.7
	Karanganyar	24	8.0	8.0	21.7
	Klaten	39	13.0	13.0	34.7
	Sragen	50	16.7	16.7	51.3
	Sukoharjo	70	23.3	23.3	74.7
	Surakarta	37	12.3	12.3	87.0
	Wonogiri	39	13.0	13.0	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Angkatan Masuk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2017.00	5	1.7	1.7	1.7
	2018.00	8	2.7	2.7	4.3
	2019.00	22	7.3	7.3	11.7
	2020.00	15	5.0	5.0	16.7
	2021.00	30	10.0	10.0	26.7
	2022.00	94	31.3	31.3	58.0
	2023.00	126	42.0	42.0	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Religiusitas
X1.1	Pearson Correlation	1	.731**	.754**	.752**	.735**	.725**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
X1.2	Pearson Correlation	.731**	1	.756**	.733**	.736**	.717**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
X1.3	Pearson Correlation	.754**	.756**	1	.756**	.782**	.789**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
X1.4	Pearson Correlation	.752**	.733**	.756**	1	.769**	.715**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
X1.5	Pearson Correlation	.735**	.736**	.782**	.769**	1	.803**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
X1.6	Pearson Correlation	.725**	.717**	.789**	.715**	.803**	1	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
Religiusitas	Pearson Correlation	.873**	.874**	.908**	.886**	.906**	.892**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	300	300	300	300	300	300	300

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Lokasi
X2.1	Pearson Correlation	1	.574**	.421**	.442**	.719**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300
X2.2	Pearson Correlation	.574**	1	.780**	.704**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300
X2.3	Pearson Correlation	.421**	.780**	1	.823**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	300	300	300	300	300
X2.4	Pearson Correlation	.442**	.704**	.823**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	300	300	300	300	300
Lokasi	Pearson Correlation	.719**	.896**	.893**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	300	300	300	300	300

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Sosial
X3.1	Pearson Correlation	1	.766**	.721**	.704**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300
X3.2	Pearson Correlation	.766**	1	.775**	.742**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300
X3.3	Pearson Correlation	.721**	.775**	1	.808**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	300	300	300	300	300
X3.4	Pearson Correlation	.704**	.742**	.808**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	300	300	300	300	300
Sosial	Pearson Correlation	.883**	.908**	.917**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	300	300	300	300	300

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Minat
Y1	Pearson Correlation	1	.751**	.693**	.706**	.718**	.691**	.670**	.641**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Y2	Pearson Correlation	.751**	1	.799**	.756**	.739**	.758**	.723**	.689**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Y3	Pearson Correlation	.693**	.799**	1	.780**	.753**	.778**	.710**	.675**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Y4	Pearson Correlation	.706**	.756**	.780**	1	.846**	.800**	.778**	.723**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Y5	Pearson Correlation	.718**	.739**	.753**	.846**	1	.843**	.768**	.752**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Y6	Pearson Correlation	.691**	.758**	.778**	.800**	.843**	1	.801**	.780**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Y7	Pearson Correlation	.670**	.723**	.710**	.778**	.768**	.801**	1	.758**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Y8	Pearson Correlation	.641**	.689**	.675**	.723**	.752**	.780**	.758**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Minat	Pearson Correlation	.826**	.878**	.878**	.908**	.913**	.917**	.880**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300

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

Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	6

Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	4

Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	4

Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	8

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930 ^a	.864	.863	3.122

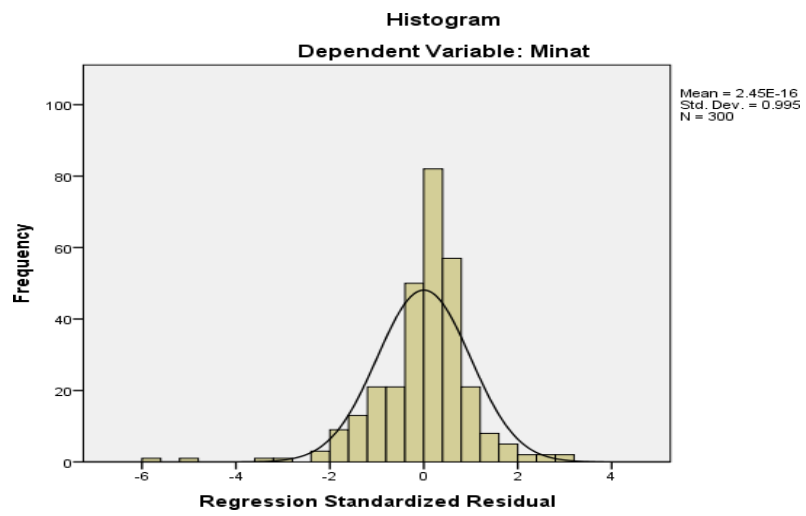
a. Predictors: (Constant), Sosial, Religiusitas, Lokasi

b. Dependent Variable: Minat

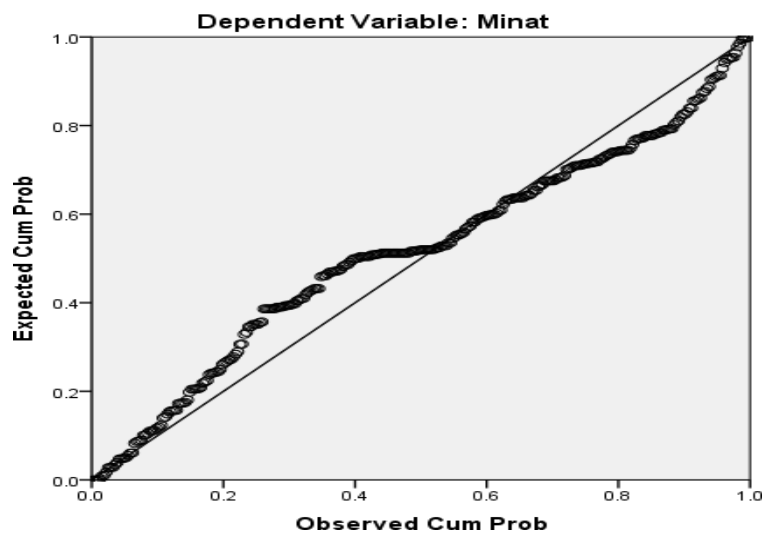
Coefficients^a

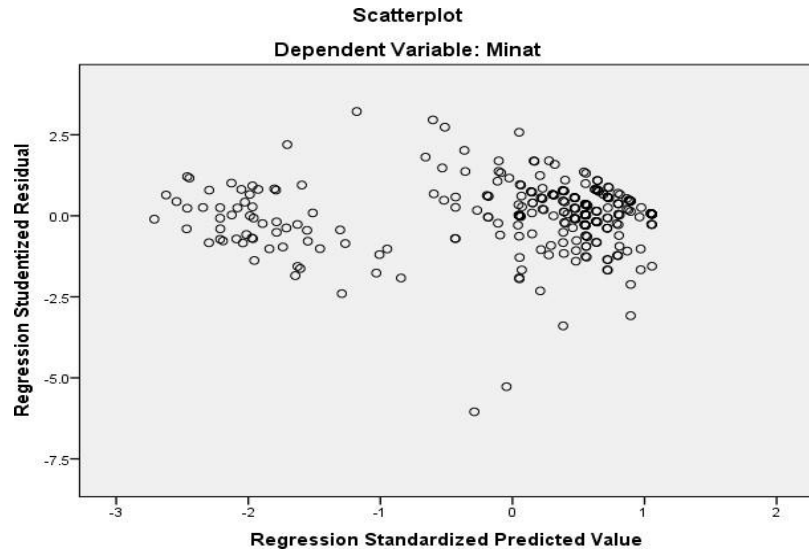
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.461	.780		.591	.555
	Religiusitas	.034	.047	.025	.715	.475
	Lokasi	.631	.101	.296	6.245	.000
	Sosial	1.287	.091	.640	14.117	.000

a. Dependent Variable: Minat



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.461	.780		.591	.555		
	Religiusitas	.034	.047	.025	.715	.475	.388	2.575
	Lokasi	.631	.101	.296	6.245	.000	.204	4.892
	Sosial	1.287	.091	.640	14.117	.000	.223	4.485

a. Dependent Variable: Minat

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18358.422	3	6119.474	627.832	.000 ^b
	Residual	2885.108	296	9.747		
	Total	21243.530	299			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Sosial, Religiusitas, Lokasi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.182	.560		5.687	.000		
Religiusitas	-.020	.034	-.054	-.587	.558	.388	2.575
Lokasi	.159	.072	.276	2.194	.298	.204	4.892
Sosial	-.194	.065	-.357	-2.962	.308	.223	4.485

a. Dependent Variable: Abs_Res