

## **BAB IV**

### **HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM)**

IMM adalah gerakan mahasiswa Islam yang bergerak di bidang keagamaan, kemasyarakatan dan kemahasiswaan, yang bertujuan mengusahakan terbentuknya akademisi Islam yang berakhlak mulia dalam rangka mencapai tujuan Muhammadiyah (AD IMM Pasal 5 dan 6).

Pencapaian tujuan IMM akan dapat dilakukan jika kerjasama semua unsur di dalam organisasi berjalan dengan baik. Oleh karena itu perlu dilakukan pengendalian proses kerja sama semua unsur organisasi agar supaya pencapaian tujuan berlangsung secara efisien dan efektif. Salah satu pengendalian yang dimaksud adalah secara keseluruhan tanpa menitikberatkan pada salah satu unsur tertentu. Pengendalian proses kerjasama disusun dalam sebuah peraturan, yakni pedoman administrasi yang merupakan bagian dari organisasi secara umum.

##### **4.1.1.1 Visi, Misi dan Motto**

Adapun Visi, Misi, dan Motto Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) sebagai berikut:

### 1) Visi

“Terciptanya transformasi nilai dan identitas IMM, memperkuat sendi-sendi kebudayaan menuju Indonesia yang berdaulat.”

### 2) Misi

- ✓ Mewujudkan tradisi intelektual muslim dalam bingkai kebudayaan menuju gerakan transformatif
- ✓ Menjadikan DPD IMM DIY unggul Ilmu dan teknologi yang menghasilkan intelektual muslim.
- ✓ Mendorong kesadaran kader dalam menjaga nilai luhur kearifan lokal.
- ✓ Mendorong terciptanya kerjasama lintas sektoral dalam penguatan masyarakat sipil.

### 3) Motto

ANGGUN DALAM MORAL, UNGGUL DALAM INTELEKTUAL

#### 4.1.1.2 Struktur Organisasi

Ketua Umum : Widya Wahyuningsih

Sekretaris I : Nur Cholida

II : Rizky

Bendahara : Rizda Nurul A

Kabid Organisasi	: Riyan Muh Syafi'i
Sekbid Organisasi	: Rifky
Kabid Hikmah	: Badrun
Sekbid Hikmah	: M. Ulin Nuha
Kabid Keilmuan	: Danang Setiawan
Sekbid Keilmuan	: Fatmah Aghni
Kabid Immawati	: Yesi Ristiana
Sekbid Immawati	: Nur Aida Fitriyanti
Kabid Kader	: Nowan Yuditrantra
Sekbid Kader	: Wildan Badruz Zaman
Co – FaUs	: Wildan
Co – FaSya	: Titis
Co – FaTa	: Ulin
Co – FaDa	: Raharjo

#### **4.1.2 Profil Himpunan Mahasiswa Islam (HMI)**

Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) yang dilahirkan pada tanggal 14 Rabi'ul awal 1366 H yang bertepatan dengan tanggal 5 Februari 1947, mempunyai motivasi dasar untuk mempertahankan negara kesatuan Republik Indonesia ini mempunyai derajat rakyat Indonesia serta menegakkan dan mengembangkan ajaran Islam.

Motivasi dasar inilah yang menjadi wawasan dan komitmen kebangsaan dan ke-Islaman bagi pengembangan organisasi.

Sebagai organisasi berbasis Islam maka setiap gerak langkah HMI senantiasa dilandasi oleh ajaran Islam baik dalam kehidupan organisasi maupun yang tercermin dalam sikap pola pikir, sikap dan tindak kader HMI sehingga ajaran Islam tidak hanya menjadi sumber inspirasi dan motivasi tetapi sekaligus menjadi tujuan yang harus diwujudkan.

Ajaran Islam bagi HMI harus diwujudkan dalam kehidupannya, baik dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT maupun dalam tugas kekhalfahannya. HMI berusaha secara nyata untuk mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia, yaitu masyarakat adil dan makmur yang diridhoi Allah SWT, serta mampu menjaga eksistensi bangsanya di tengah interaksi bangsa-bangsa di dunia.

HMI merupakan wadah sekaligus instrumen harus mampu memberikan sumbangan yang bermanfaat bukan hanya untuk para anggotanya namun sekaligus untuk masyarakat, bangsa, negara dan agama serta mampu menempatkan dirinya menjadi “Rahmatan lil ‘Alamin”.

#### **4.1.2.1 Visi, Misi dan Motto**

Adapun Visi, Misi, dan Motto Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) sebagai berikut:

## 1) Visi

HMI Komisariat FH UI Menjadi Organisasi kader Yang Mempunyai Eksistensi Optimal Dalam Dinamika Dunia Kampus Serta memberikan Sumbangsih Terhadap Mahasiswa Dan Masyarakat.

## 2) Misi

- a. Mewujudkan HMI yang kuat secara organisatoris dengan melakukan konsolidasi internal dan menanamkan sense of Bellonging serta rasa kekeluargaan para kader.
- b. Pengkaderan Berjalan kontinyu dengan memperhatikan aspek kualitas dan kuantitas.
- c. Terciptanya hubungan yang sinergis antara anggota aktif dengan para alumni.
- d. Membina relasi yang baik dengan organisasi internal dan eksternal kampus (horizontal) serta HMI cabang (Vertikal) dengan tetap memperhatikan independensi HMI komisariat FHUI.
- e. Kontribusi terhadap mahasiswa dalam segi akademik (intelektual) dan Finansial.
- f. Berperan aktif mengabdikan pada masyarakat (khususnya di sekitar kampus UI).

- g. HMI menjadi kawah candra dimuka sebagai organisasi eksternal kampus yang berbasis kajian dan Menjadi Pelopor pergerakan Mahasiswa.
- h. Terjaganya nilai-nilai keislaman dalam Himpunan Mahasiswa Islam.

### 3) Motto

“Yakin Usaha Sampai”

#### 4.1.2.2 Struktur Organisasi

Susunan Kepengurusan, Struktur Seksi-Seksi bidang di Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) periode 2013-2014 adalah sebagai berikut:

❖ **Ketua Umum**

**Nur Kholis**

❖ Ketua Bidang Pengembangan Anggota

**Khasanuddin**

❖ Ketua Bidang Perguruan Tinggi Kemahasiswaan dan Kepemudaan

**M. Umar Lathif**

❖ Ketua Bidang Pengembangan Aparatur Organisasi

**Offi Jayanti**

❖ Ketua Bidang Kewirausahaan dan Pengembangan Profesi

**Nia Nur Kholida**

❖ Ketua Bidang Pemberdayaan Perempuan

**Hidayatur Rohmah**

❖ **Sekretaris Umum**

**Syaifur Rohman**

- ❖ Wakil sekretaris umum Bidang Pengembangan Anggota

**Ahmad Fathoni**

- ❖ Wakil Sekretaris Umum Bidang Perguruan Tinggi Kemahasiswaan dan Kepemudaan

**M. ulul Fadli**

- ❖ Wakil Sekretaris Umum Bidang Pengembangan Aparatur Organisasi

**Teuku Saefulloh**

- ❖ Wakil Sekretaris umum Bidang Kewirausahaan dan Pengembangan Profesi

**Tinwarotun**

- ❖ Wakil sekretaris umum Bidang Pemberdayaan Perempuan

**Nur Chamidah**

- ❖ Bendahara umum

**Dewi Muliana**

- ❖ Wakil Bendahara Umum

**kholifatun**

#### **4.2 Deskripsi Data Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari orientasi kewirausahaan dan pelatihan keterampilan sebagai variabel bebas (*Independen*) dan tumbuhnya jiwa bisnis sebagai variabel terikat (*Dependen*). Berikut daftar pertanyaan angket variabel fatwa rokok dan harga terhadap minat beli yang disebar kepada responden:

### 4.3 Karakter Responden

#### 4.3.1 Umur Responden

Dengan variatifnya responden Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) IAIN Walisongo Semarang, maka akan memungkinkan responden juga bervariasi berdasarkan umur. Variasi umur responden dapat dilihat sebagai berikut

**Tabel 4.1**  
**Usia Responden**

<b>Usia responden</b>	<b>Jumlah responden</b>	<b>Presentase</b>
25	3	7.5%
24	3	7.5%
23	10	25%
22	5	12.5%
21	11	27.5%
20	8	20%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2014*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berumur 20-22 tahun sebanyak 24 orang, sedangkan yang berusia 23-25 tahun sebanyak 16 orang.

#### 4.3.2 Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) IAIN Walisongo Semarang, adalah sebagai berikut:



**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki – laki	40	100 %
Total	40	100%

*Sumber : Data Yang Diolah, 2014.*

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden penelitian ini hanya untuk laki-laki, yaitu sebanyak 40. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) IAIN Walisongo Semarang yang diambil responden adalah laki-laki.

#### 4.3.3 Jurusan Responden

jurusan responden Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) IAIN Walisongo Semarang. Variasi responden mengenai jurusan di IAIN Walisongo Semarang akan disajikan berikut ini :

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Responden Menurut Jurusan**

Jurusan	Jumlah Responden	Persentase
Febi	18	45%
PBS	3	7.5%
Muamalah	7	17.5%
KPI	2	5%
BPI	2	5%
Tadris Matematika	2	5%
Bahasa Inggris	1	2,5%
Tadris Kimia	2	5%
MD	1	2,5%
AF	2	5%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah jurusan yang terbanyak adalah jurusan ekonomi islam sebesar 21 orang. sedangkan jumlah terendah adalah jurusan bahasa inggris dan MD dengan jumlah 1.

#### **4.4 Uji Prasyarat Data**

Analisis atau interpretasi dari hasil penelitian dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product And Service Solution*) versi 16,0. Analisis data ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh fatwa dan harga terhadap minat beli mahasiswa.

##### **4.4.1 Uji Validitas dan Reabilitas**

###### **4.4.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df = n - k$ ). Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah konstruk. Jika  $r$  hitung (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item - total correlation*) lebih besar dari  $t$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Imam Ghozali, *Op.Cit*, hlm45.

Dalam penelitian ini besarnya  $df = 40 - 2$  atau  $df = 38$  dengan  $\alpha 5\%$  (0.05) didapat  $r$  tabel 0.26. Jika  $r$  hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *concerted item total correlation* lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

VARIABEL	ITEM	R.hitung	POSISI	R.tabel sig.5%	STATUS
				N-2 = 40- 2=38	
FATWA(1)	1	0,582	>	0,26	VALID
	2	0,641	>	0,26	VALID
	3	0,569	>	0,26	VALID
	4	0,468	>	0,26	VALID
	5	0,502	>	0,26	VALID
	6	0,544	>	0,26	VALID
	7	0,285	>	0,26	VALID
	8	0,421	>	0,26	VALID
HARGA (X2) (X3)	1	0,367	>	0,26	VALID
	2	0,504	>	0,26	VALID

	3	0,432	>	0,26	VALID
	4	0,671	>	0,26	VALID
	5	0,549	>	0,26	VALID
MINAT					
BELI (Y)	1	0,572	>	0,26	VALID
	2	0,604	>	0,26	VALID
	3	0,602	>	0,26	VALID
	4	0,352	>	0,26	VALID
	5	0,735	>	0,26	VALID

Sumber : Data Primer diolah 2014.

Dari tabel 4.4 diatas terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom *corrected item – total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibandingkan r tabel untuk  $(df) = 40 - 2 = 38$  dan *alpha* 5% dengan uji dua sisi di dapat r tabel sebesar 0,26 maka, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari kelima variabel X1, X2 dan Y adalah valid.

#### 4.4.1.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi responden dalam menjawab kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu

ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.60 ( $\alpha > 0.60$ ).<sup>2</sup> Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reabilitas Instrumen**

VARIABEL	CRONBACH	ALPHA	STATUS
	ALPHA	STANDAR	
FATWA (X1)	0,675	0,6	REALIBEL
HARGA (X2)	0,705	0,6	REALIBEL
MINAT BELI (Y)	0,638	0,6	REALIBEL

*Sumber : Data Primer diolah 2014.*

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* lebih dari  $> 0.60$  dengan demikian variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$  dapat dikatakan reliabel.

#### 4.4.2 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian, segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 4.3.2.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen (minat beli) dan variabel

---

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm 41-42.

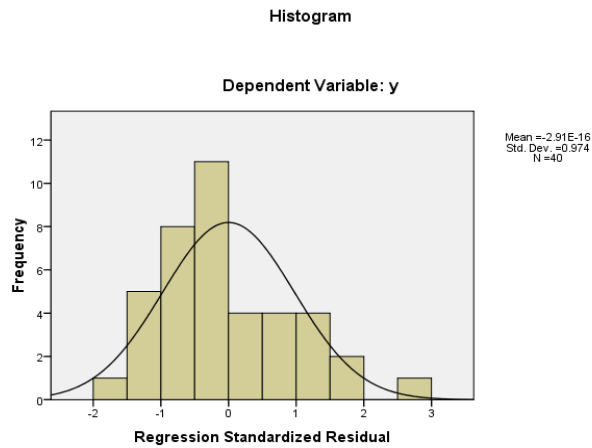
independen (layanan, harga, kenyamanan, design toko dan ragam produk) kelimanya mempunyai distribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan uji normalitas. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat histogram dan melihat normal *probability plot*. Asumsinya adalah:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram, jika menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.<sup>3</sup> Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada grafik berikut ini:

---

<sup>3</sup> *Ibid*, hlm 110.

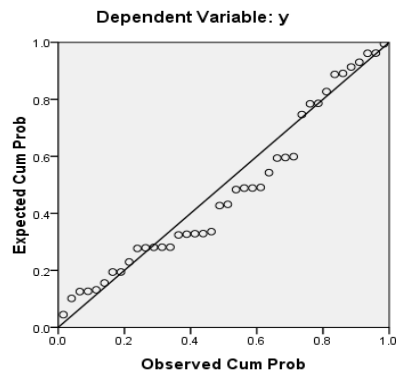
### Grafik 4.1 Hasil Uji Normalitas Data



*Sumber : Data primer diolah 2014.*

### Grafik 4.2 Hasil Uji Normalitas Data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



*Sumber : Data primer diolah 2014.*

Dengan melihat grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Sedangkan pada grafik *Normal Probability Plot* terlihat titik-titik

menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

Kedua grafik ini menunjukkan variabel layanan, harga, kenyamanan, design toko dan ragam produk mempunyai distribusi normal. Hal ini berarti model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.3.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel - variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal ialah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.<sup>4</sup>

Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas adalah dengan cara mengamati nilai VIF dan *tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari nilai 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka model regresi yang diindikasikan tidak terdapat multikolonieritas.<sup>5</sup> Hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* : Semarang. Hal

<sup>5</sup> *Ibid*, hlm 110-112.



**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas Data**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1(Constant)	9.656	1.895		5.095	.000					
FATWA	.196	.070	.445	2.805	.008	.646	.419	.335	.568	1.761
HARGA	.205	.106	.306	1.927	.062	.598	.302	.230	.568	1.761

a. Dependent Variable:MINAT

BELI

*Sumber : Data Primer diolah 2014.*

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan nilai *tolerance* variabel fatwa, dan harga masing-masing sebesar 0.568, dan 0.568 sedangkan nilai VIF masing-masing sebesar 1.761 dan 1.761 Hasil ini juga menunjukkan hal yang sama bahwa tidak ada variabel bebas yg memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada *multikolinieritas* antar variabel bebas dalam model regresi atau tidak ada korelasi antar variabel layanan, harga, kenyamanan, design toko dan ragam produk dalam model regresi.

#### 4.3.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model linier terdapat korelasi antara kesalahan

pengganggu pada periode t dengan periode t-1. Untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi atau tidak dalam suatu model regresi dilakukan dengan melihat nilai statistic *Durbin Watson* (DW). Test pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkan nilai DW dengan *du* dan *dl* pada table.

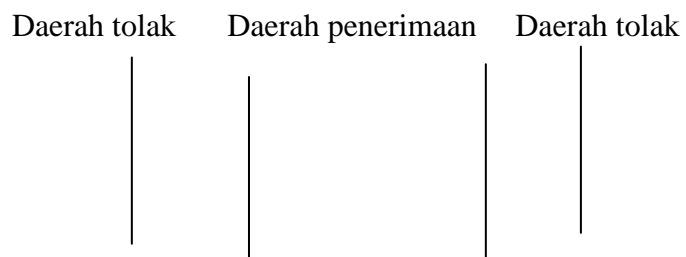
**Table 4.7**  
**Hasil Uji Autokorelasi Data**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

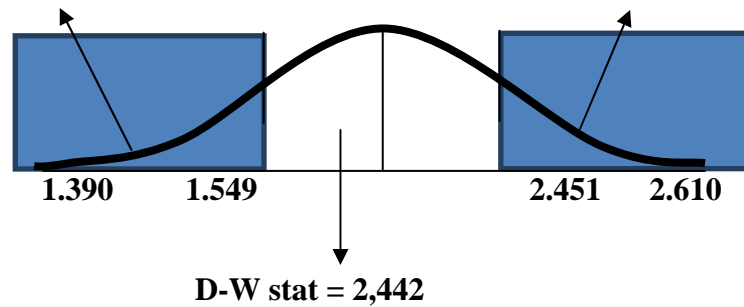
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.686 <sup>a</sup>	.471	.442	1.44402	2.422

Sumber : Data Primer diolah 2014.

Pada output hasil SPSS diatas terlihat bahwa angka Durbin Watson sebesar 2.422. Dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05 n = 100 dan k =3. Maka didapat pada tabel Durbin Watson sebagai berikut :

**Gambar 4.3**  
**Pengujian Durbin Watson**





$$dl = 1,390 \quad 4 - dl = 2,610$$

$$du = 1,549 \quad 4 - du = 2,451$$

Jadi dapat diambil kesimpulan diperoleh nilai DW sebesar 2,442 dimana nilai DW tersebut lebih kecil dari batas atas ( $du$ ) 1,549 dan kurang dari ( $4-du$ )  $4-1,549 = 2451$ , sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif.

#### 4.3.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Asumsinya adalah:

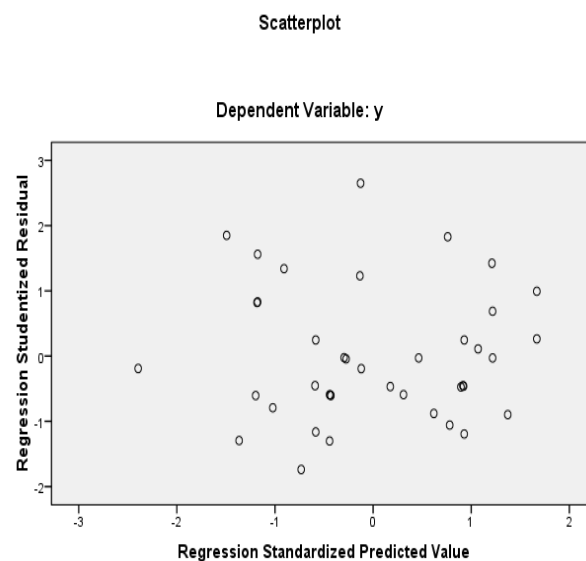
1. jika terdapat pola tertentu yaitu jika titik-titiknya membentuk pola tertentu dan teratur (gelombang,

melebar kemudian menyempit), maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas.

2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, yaitu jika titik-titiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik 4.3 sebagai berikut:

**Grafik 4.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber : Data Primer diolah 2014.*

Grafik di atas menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

## 4.5 UJI HIPOTESIS

### 4.5.1 Uji Pengaruh Simultan (F test)

Untuk menjawab hipotesis dari penelitian ini, maka digunakan uji F. Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (fatwa, harga) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat beli). Asumsinya adalah :

1. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_A$ . Artinya variabel independen (fatwa, harga) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (minat beli).
2. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_A$ . Artinya variabel independen (fatwa, harga) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (minat beli).
3. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_A$ . Artinya variabel independen (fatwa, harga) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (minat beli).

Hasil uji F dapat dilihat di tabel 4.5 di bawah ini.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Simultan (F)**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1 Regression	68.623	2	34.311	16.455	.000 <sup>a</sup>
Residual	77.152	37	2.085		
Total	145.775	39			

a. Predictors: (Constant),  
harga, fatwa

b. Dependent Variable:  
minat beli

Dari hasil analisis uji F didapat F hitung sebesar 16,455 dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikansi) dan F tabel tingkat probabilita 0,05 sebesar 2,26. Nilai probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 dan F hitung lebih besar dari F tabel maka, model regresi dapat dipergunakan untuk memprediksi loyalitas atau dapat dikatakan bahwa variabel fatwa dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli.

#### 4.5.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (fatwa, harga) dalam mempengaruhi variabel dependen (minat beli) dengan melihat *Adjusted R Square*. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
-------	---	----------	-------------------	----------------------------	---------------

1	.686 <sup>a</sup>	.471	.442	1.44402	2.422
---	-------------------	------	------	---------	-------

a. Predictors: (Constant), harga, fatwa

b. Dependent

Variable: minat

beli

Sumber: Data Primer diolah, 2014.

Hasil analisis data di atas terlihat bahwa besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,442 atau 44,2%. Hal ini berarti sebesar 44,2% kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 44,2% variabel minat beli bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel independen fatwa dan harga. Sedangkan sisanya ( $100\% - 44,2\% = 55,8\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

#### 4.5.3 Uji Parsial (Uji t)

Untuk menjawab hipotesis pertama dan kedua dalam penelitian ini maka digunakan uji statistik t. Uji statistik t digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (fatwa dan harga) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat beli). Asumsinya adalah:

1. Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil uji parsial (uji t), dapat di lihat di tabel dibawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.656	1.895		5.095	.000					
	FATWA	.196	.070	.445	2.805	.008	.646	.419	.335	.568	1.761
	HARGA	.205	.106	.306	1.927	.062	.598	.302	.230	.568	1.761

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber : Data Primer diolah 2014.

Pada tabel di atas, nilai t dapat dilihat pada kolom 3, sedangkan probabilitas signifikansi terdapat pada kolom 2, tingkat probabilitas kurang dari 5% berarti variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. T hitung untuk variabel Fatwa di peroleh sebesar 2,805 sedangkan signifikansinya 0,008 (lebih



kecil dari taraf signifikan 0,05). Untuk variabel harga diperoleh nilai t hitung 1.927 sedangkan signifikasinya 0,062 (lebih besar dari taraf signifikan 0,05).

Dari hasil uji t di atas variabel independen fatwa terbukti secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat beli) karena hasil signifikasinya lebih kecil dari probabilitas signifikan 0,05. Dan variabel harga secara individual juga tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (minat beli) karena hasil signifikansinya lebih besar dari 0,05. Jadi dapat dikatakan tidak semua variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa di IMM dan HMI IAIN Walisongo.

#### **4.5.4 Hasil Perhitungan Persamaan Regresi Berganda**

Suatu model persamaan regresi berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel yang lain. Dalam penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh layanan, harga, kenyamanan, design toko dan ragam produk terhadap minat beli mahasiswa di IMM dan HMI IAIN Walisongo:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

Dengan menggunakan komputer program SPSS Versi 16,0 diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut

**Tabel 4.7**  
**Hasil uji regresi berganda**

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
	1	(Constant)	9.656			1.895		5.095	.000		
	FATWA	.196	.070	.445	2.805	.008	.646	.419	.335	.568	1.761
	HARGA	.205	.106	.306	1.927	.062	.598	.302	.230	.568	1.761

a. Dependent Variable: MINAT

BELI

*Sumber : Data Primer diolah 2014.*

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel independen Fatwa ( $X_1$ ) = 0,196 dan variabel harga ( $X_2$ ) = 0,205 dan konstanta sebesar 9.656 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 9,656 + 0,196X_1 + 0,205X_2$$

Dimana:

Y = variabel dependen (minat beli)

$X_1$  = variabel independen (fatwa)

$X_2$  = variabel independen (harga)

- Konstanta = 9,656

Artinya jika jumlah fatwa merokok dan harga = 0, maka minat beli nilainya sebesar 9,656

- Koefisien  $b_1$  = 0,196

Artinya jika koefisien  $b_1$  fatwa merokok ditambah sebesar 1 aturan, maka minat beli akan meningkat sebesar 0,196.

- Koefisien  $b_2 = 0,205$

Artinya jika koefisien harga rokok ditingkatkan sebesar Rp 1, maka minat beli akan turun sebesar 0,205.

Dari hasil analisis regresi yang dilakukan dapat diketahui variabel independen fatwa (X1), harga (X2), secara keseluruhan (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen minat beli mahasiswa (Y).

Dari seluruh variabel independen di atas dapat diketahui seberapa besar variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial dengan mengkuadratkan nilai *Partial* dikolom *Correlations*. Mulai dari X1 (fatwa)  $0,419^2 = 17,5\%$ , X2 (Harga)  $0,230^2 = 5,29\%$ , X3.

#### 4.6 PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa fatwa tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 2.805 dan tingkat signifikansinya 0,008 (lebih kecil dari 0,05). Secara empiris dilapangan maupun teori bahwa fatwa memang tidak penting terhadap terciptanya keputusan beli konsumen dan diharapkan konsumen kembali lagi memakai jasa

atau berbelanja produk suatu perusahaan rokok. Hal ini sejalan dengan kenyataan yang terjadi di Mahasiswa IMM dan HMI yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak menjawab fatwa PP muhammadiyah sebagian besar responden berpendapat bahwa variabel fatwa ini berpengaruh terhadap rendahnya minat beli konsumen.

2. Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linear berganda (linear multiple regression) yang terdapat dalam tabel diketahui bahwa koefisien determinasi (coefficient of determination) yang dinotasikan Adjusted R Square adalah 0,442 atau 44,2%. Hal ini berarti sebesar 44,2% kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam mempengaruhi variabel dependen. Artinya 44,2% variabel minat beli bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel independen fatwa dan harga. Sedangkan sisanya ( $100\% - 44,2\% = 55,8\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini. Dari hasil survey didapatkan bahwa ada pendapat konsumen mengenai faktor minat mereka.