

**PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP
MINAT SANTRI UNTUK MENGGUNAKAN BANK SYARIAH**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh :

Fariqmatul Muawanah

1605036060

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2021

Dr. H. Imam Yahya, M. Ag.

NIP. 19700410 199503 1 001

Cita Sari Dja'akum, SHI., MEI

NIP. 19820422 201503 2 004

PERSETUJUAN PEMBIMBING

lamp : 4 Eksemplar

hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Fariqmatul Muawanah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, Bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Fariqmatul Muawanah

NIM : 1605036060

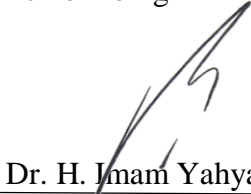
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Santri untuk Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren At-Taslim Bintoro, Demak)

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas Perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

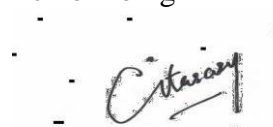
Pembimbing I



Dr. H. Imam Yahya, M. Ag.

NIP. 19700410 199503 1 001

Pembimbing II



Cita Sari Dja'akum, SHI., MEI

NIP. 19820422 201503 2 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. Prof. Dr. Hamka Km.01, Ngaliyan, Semarang 50189. Telepon (024)
7601294, Website : fcbi.walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Fariquatul Muawanah
NIM : 1605036060
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Santri untuk Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren At-Taslim Bintoro, Demak)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Srata I tahun akademik 2020/2021.

Semarang, 30 Desember 2021

Ketua Sidang

Faris Shalehuddin Zakiy, M. E.
NIP. 199002272019031012

Sekretaris Sidang

Cita Sari Dja'akum, SHL., MEI
NIP. 19820422 201503 2 004

Penguji I

Kartika Marella Vanni, M. E.
NIP. 199304212019032028

Penguji II

Mashiki, M. Si.
NIP. 198405162019031005

Pembimbing I

Dr. H. Inam Yahya, M. Ag.
NIP. 19700410 199503 1 001

Pembimbing II

Cita Sari Dja'akum, SHL., MEI
NIP. 19820422 201503 2 004

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyiroh: 6)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang insyaallah memberikan syafa'at untuk umat yang beriman. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, teruntuk Ibu Sukesi yang telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga serta selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Teruntuk Bapak Sholikin terima kasih telah memberikan limpahan kasih sayang dan doanya. Semoga Allah senantiasa memberikan umur yang panjang, kesehatan serta kemurahan rizki untuk Bapak dan Ibu Tercinta.
2. Untuk semua anggota keluarga yang selalu memberikan semangat serta doa. Semoga Allah selalu melindungi kalian dimanapun dan kapanpun kalian berada.
3. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan khususnya PBAS B 2016 yang telah memberikan motivasi serta semangat kepada penulis.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 25 Desember 2021

Deklarator,

Fariqmatul Muawanah

NIM. 1605036060

TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	a	ض	dh
ب	b	ط	th
ت	t	ظ	zh
ث	ts	ع	'a
ج	j	غ	gh
ح	h	ف	f
خ	kh	ق	q
د	d	ك	k
ذ	dz	ل	l
ر	r	م	m
ز	z	ن	n
س	s	و	w
ش	sy	ه	h
ص	sh	ي	y

Bacaan Madd:

Pendek A = ة

Panjang Â = ا i = ة u = ة

Diftong Ay = أي î = ي û = و

ABSTRAK

Kabupaten Demak menjadi salah satu pusat berkembangnya agama Islam di Jawa hingga sekarang. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pondok pesantren yang ada di kota ini. Dari data Kementerian Agama tahun 2019 ada 107 pesantren yang berdiri. Melalui pondok pesantren para santri dapat mempelajari tentang agama, salah satunya mengenai Fiqh Muamalah. Maka dari itu seharusnya tingkat ketertarikan santri terhadap bank syariah lebih besar karena bank syariah sesuai dengan ajaran yang mereka dapat di pesantren. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi dan lingkungan sosial terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah dengan objek penelitian santri pada pondok pesantren At-Taslim.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan bantuan alat analisis data statistika program IBM SPSS Statistik 23. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 5,471 sedangkan nilai t tabel 1,661 dapat disimpulkan bahwa t hitung $5,471 > 1,661$ dan nilai signifikasinya adalah 0,000 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, artinya semakin santri mengetahui keberadaan bank syariah sebagai bank bebas bunga, semakin tinggi pula minat santri untuk menggunakan bank Syariah. Variabel promosi tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan bank Syariah dengan nilai t hitung sebesar 0,735 sedangkan nilai t tabel 1,661, maka dapat disimpulkan bahwa t hitung $0,735 < 1,661$ dan nilai signifikasinya adalah 0,464 dimana nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya promosi yang dilakukan oleh bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah. Variabel lingkungan sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah dengan nilai t hitung 7,490 sedangkan nilai t tabel 1,661, dapat disimpulkan bahwa t hitung $7,490 > 1,661$ dan nilai signifikasinya adalah 0,000 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 artinya semakin banyak teman-teman atau keluarga yang menggunakan bank syariah maka semakin tinggi minat santri untuk menggunakan bank syariah. Semua variabel independen secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah. Dapat dilihat dari Uji f menghasilkan nilai f hitung $65,184 > 2,70$ dengan probabilitas $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Pengetahuan, Promosi, Lingkungan Sosial, Minat.

ABSTRACT

Demak Regency has become one of the centers for the development of Islam in Java until now. This is evidenced by the number of Islamic boarding schools in this city. From data from the Ministry of Religion in 2019, there were 107 Islamic boarding schools that were established. Through Islamic boarding schools, students can learn about religion, one of which is about Fiqh Muamalah. Therefore, the level of student interest in Islamic banks should be greater because Islamic banks are in accordance with the teachings they get in Islamic boarding schools. This study aims to determine the effect of knowledge, promotion and social environment on the interest of students to use Islamic banks with the object of research being students at the At-Taslim Islamic boarding school.

The research method used is a quantitative method with a purposive sampling technique. Data analysis techniques used is multiple regression analysis. In this study the data source used is primary data using statistical data analysis tools IBM SPSS Statistic 23. The sample in this study were 100 respondents with the method of collecting data through a questionnaire.

The results of this study indicate that the knowledge variable has a positive and significant influence on students' interest in using Islamic banks with a t-count value of 5.471 while the t-table value of 1.661 can be concluded that the t-count is $5.471 > 1.661$ and the significance value is 0.000 where the significance value is less than 0.05, This means that the more students know about the existence of Islamic banks as interest-free banks, the higher the interest of students in using Islamic banks. The promotion variable does not have a significant effect on students' interest in using Islamic banks with a t-count value of 0.735 while the t-table value is 1.661, it can be concluded that the t-count is $0.735 < 1.661$ and the significance value is 0.464 where the significance value is greater than 0, 05 means that the promotion carried out by Islamic banks has no effect on the interest of students to use Islamic banks. The social environment variable has a positive and significant influence on students' interest in using Islamic banks with a t-count value of 7.490 while the t-table value is 1.661, it can be concluded that the t-count is $7.490 > 1.661$ and the significance value is 0.000 where the significance value is less than 0.05 This means that the more friends or family who use Islamic banks, the higher the students' interest in using Islamic banks. All independent variables simultaneously (simultaneously) have a significant effect on students' interest in using Islamic banks. It can be seen from the f test that the calculated f value is $65,184 > 2.70$ with a probability of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Knowledge, Promotion, Social Environment, Interest.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan pertolongan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Santri untuk Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren At-Taslim Bintoro, Demak)”.

Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Santri untuk Menggunakan Bank Syariah pada santri Pondok Pesantren At-Taslim Demak. Disamping itu skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana pada Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag. selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M. Ag. selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, kesabaran, ketulusan dan pengarahan dalam penulisan Skripsi ini.
5. Ibu Cita Sari Dja'akum, M.E.I. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dan memberikan banyak masukan serta saran dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Segenap Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program Studi S1 Perbankan Syariah.
7. Kedua orang tua, keluarga tersayang, sahabat yang telah memberikan limpahan kasih sayang, dukungan baik moril maupun materiil, serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman PBAS B angkatan 2016 yang telah memberikan semangat, motivasi, dan dukungannya selama 4 tahun ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik atau saran yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik untuk kepentingan akademis maupun nonakademis.

Semarang, 25 Desember 2021

Penulis

Fariqmatul Muawanah

NIM. 1605036060

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DARFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Kajian Teori.....	8
2.1.1. Bank Syariah.....	8
2.1.2. Minat.....	10
2.1.3. Pengetahuan	11
2.1.4. Promosi.....	13
2.1.5. Lingkungan Sosial.....	14
2.2. Penelitian Yang Relevan.....	15

2.3. Kerangka Berpikir	18
2.4. Hipotesis.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian	20
3.2. Jenis Penelitian	20
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	20
3.3.1. Populasi	20
3.3.2. Sampel	20
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	21
3.4. Data dan Sumber Data	21
3.5. Teknik Pengumpulan Data	22
3.6. Variabel Penelitian.....	22
3.7. Teknik Analisis Data	22
3.7.1. Uji Instrumen	23
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	23
3.7.3 Uji Ketepatan Model	24
3.7.4. Analisis Regresi Berganda.....	25
3.7.5. Uji Hipotesis (t).....	26
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	27
4.1.1. Gambaran Umum pondok Pesantren At-Taslim.....	27
4.1.2. Profil pengasuh Pondok Pesantren At-Taslim	28
4.2 Analisis Deskriptif	28
4.2.1. Karakteristik Responden.....	28
4.2.2 Uji Kelayakan Data	30
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	32
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	35
4.2.5. Uji Hipotesis	36

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	39
BAB V PENUTUP	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
5.3 Keterbatasan	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Berpikir Penelitian	19
Gambar 4. 1. Grafik P-Plot.....	33
Gambar 4. 2. Grafik Uji Heteroskedastisitas	35

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	15
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Alamat Asal	29
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Kepemilikan Rekening	29
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	32
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas	34
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	35
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	37
Tabel 4. 10 Hasil Uji T	37
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	38

DARFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2. Daftar Identitas Responden	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3. Rekap Data Kuesioner Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4. Uji Kelayan Data	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7. Tabel r, Tabel f, Tabel t	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup	Error! Bookmark not defined.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bank Syariah adalah penghimpun dana masyarakat untuk kembali disalurkan ke masyarakat untuk mensejahterakan umat. Bank Syariah beroperasi sesuai prinsi Syariah Islam dengan mengikuti aturan serta tata cara yang ada di Hadist dan Al-Quran.

Peran penting perbankan sebagai roda penggerak perekonomian suatu negara dapat lihat dari berbagai kegiatan atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dalam zona perekonomian. Dalam perihal ini, perbankan syariah bisa juga dikatakan sebagai alat utama dalam sistem ekonomi islam yang bisa mensejahterakan kehidupan umat bersama. Tujuan dari bank syariah yaitu menciptakan keadilan di bidang ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup umat serta menjaga kestabilan ekonomi dan moneter suatu negara.¹

Bank Muamalat Indonesia (BMI) adalah Bank syariah pertama di Indonesia di tahun 1991. Tujuannya guna memfasilitasi pendapat dari warga tentang haramnya bunga bank serta guna prinsip kehati- hatian. Semenjak berlakunya Undang- Undang Nomor 10 tahun 1998 jadi landasan hukum, bank syariah mulai tumbuh terus menjadi pesat. Tidak hanya itu didukung pula Undang- Undang Nomor 23 tahun 1999 mengenai Bank Indonesia yang menerangkan BI bisa menetapkan kebijakan moneter berlandaskan prinsip- prinsip syariah.²

Bank syariah mendorong perkembangan perekonomian di Indonesia. Perkembangan dari segi aset serta yang mengikutinya membuktikan kalau keberadaan bank syariah di Indonesia ialah wujud bank yang sempurna dalam memajukan perkembangan serta pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Kendati perkembangan bank syariah sangat pesat, bank syariah wajib mengejar bank konvensional dari segi tingkatan bertambahnya nasabah baru.³

Perkembangan bank syariah di Indonesia memang tumbuh pesat karena banyaknya bank konvensional yang membentuk unit syariah seperti Bank Mandiri, BRI, BNI, dan lainnya. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia, lebih dari 80 % penduduk Indonesia adalah Muslim. Hal ini membuktikan bahwa bank syariah berpotensi tinggi di pasar Indonesia yang artinya minat

¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: EKONISIA, 2008, h. 43.

² Maskur Rosyid & Halimatu Saidiah, "Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru", *Jurnal Islaminomic*, Vol. 7 No. 2, Agustus 2016, h. 37.

³ Agus Marimin et al., "Perkembangan Bank Syariah di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 01, No. 02, Juli 2015, h. 75–87.

masyarakat terhadap bank syariah tinggi pula. Namun, pertumbuhan bank syariah akan semakin tinggi jika masyarakat memiliki antusias tinggi terhadap bank syariah.⁴

Minat adalah kondisi dari individu yang memiliki kecenderungan atau ketertarikan terhadap sesuatu tanpa perintah dari orang lain. Minat seseorang terhadap bank syariah bisa muncul dari dalam diri individu itu sendiri maupun dari lingkungan sosial. Ketertarikan atau minat seseorang dapat mendorong orang tersebut untuk merealisasikan suatu perilaku. Tiga faktor yang mendasarinya adalah faktor personal, sosial, dan informasi. Dapat dikatakan dalam menggunakan jasa bank syariah memerlukan suatu minat atau ketertarikan terhadap bank syariah.⁵

Indonesia mempunyai sebuah sistem pendidikan yang bercorak Islami seperti pondok pesantren. Sebagai negara dengan mayoritas masyarakat beragama Islam maka pondok pesantren akan semakin berkembang dari segi jumlah maupun kualitasnya. Menurut data yang dikeluarkan Kementerian Agama 2019 di Indonesia terdapat 27.722 pondok pesantren dengan jumlah santri sekitar 4.175.531. Sesuai dengan sebaran jumlah penduduk di Indonesia, Pondok Pesantren dengan jumlah terbanyak ada di pulau Jawa yaitu sebesar 21.582.⁶

Demak dengan julukan Kota Wali merupakan salah satu kabupaten yang berada di Jawa Tengah. Lahir dari kerajaan Islam, Kabupaten Demak menjadi salah satu pusat berkembangnya agama Islam di Jawa hingga sekarang. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pondok pesantren yang ada di kota ini. Dari data Kementerian Agama tahun 2019 ada 107 pesantren yang berdiri dengan jumlah santri yaitu 11.562 santri yang berasal dari Kabupaten Demak sendiri dan 3.135 santri dari luar kota.⁷ Di Kabupaten Demak sendiri mulai ada 2 kantor bank syariah yaitu Bank Mandiri Syariah dan BRI Syariah. Ini merupakan awal mula perkembangan bank syariah di kota wali.

Melalui pondok pesantren para santri dapat mempelajari tentang agama, salah satunya mengenai Fiqh Muamalah. Dalam Fiqh Muamalah, mereka akan diajarkan bagaimana bertransaksi menurut Islam, prinsip jual beli, dan kegiatan-kegiatan ekonomi lain dengan menggunakan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Maka dari itu seharusnya tingkat ketertarikan santri terhadap bank syariah lebih besar karena bank syariah sesuai dengan ajaran yang mereka dapat di pesantren. Selain itu faktor jauh dari orangtua yang membuat mereka membutuhkan jasa keuangan perbankan.⁸

⁴ Saidiah, *Pengetahuan...*, h. 38.

⁵ Ahmad Fauzi & Indri Murniawaty, "Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9 (2), 2020, h. 476.

⁶ Kementerian Agama, "Statistik Data Pondok Pesantren", <https://ditpdpontren.kemenag.go.id/pdpp/statistik>, diakses 28 September 2021.

⁷ *Ibid.*

⁸ Tita Octavina Fauzy et al., "Analisis Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung di Bank Syariah", *Iqitishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 2, September 2019, h.182.

Kondisi tersebut merupakan peluang bank syariah untuk memperluas pangsa pasar kepada para santri. Namun minat para santri terhadap bank syariah masih tergolong minim. Bank syariah mempunyai kendala dari segi pengetahuan masyarakat. Tanpa terkecuali santri ponpes At-Taslim di Demak yang masih banyak menggunakan bank konvensional. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang bank syariah.

Secara geografis, pondok pesantren At-Taslim terletak di Jl. Kyai Singkil No. 16, Petengan selatan, Bintoro, kecamatan Demak, Kabupaten Demak. Pesantren ini didirikan pada tahun 1986 oleh al-Mukarrom KH. Muh. Sa'dulloh Taslim. Santri dipesantren tersebut sebanyak 110 orang, namun hanya sekitar 5 santri yang menggunakan bank syariah.⁹

Pengetahuan yang semakin luas dan dalam menjadikan minat seseorang juga semakin besar. Selain itu pengetahuan juga berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Rendahnya tingkat pengetahuan terhadap bank syariah salah satunya dikarenakan kurangnya sosialisasi mengenai prinsip ataupun sistem ekonomi syariah. Hal ini bisa berpengaruh terhadap sikap serta persepsi masyarakat mengenai bank syariah. Diharapkan bank syariah lebih meningkatkan sosialisasi dan promosi melalui media-media yang tersedia.¹⁰

Faktor promosi berpengaruh positif terhadap minat santri menjadi nasabah bank syariah. Dikarenakan santri akan mengetahui keunggulan bank syariah setelah dilakukannya promosi. Cara tersebut akan memberikan pengetahuan yang lebih kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan ketertarikan terhadap penggunaan bank syariah.¹¹ Suatu produk tidak akan berguna dan tidak akan ada yang membelinya apabila produk tersebut tidak dikenalkan kepada masyarakat.¹²

Promosi dapat membentuk citra dan merubah sikap masyarakat menuju sistem keuangan syariah. Persepsi santri terhadap bank syariah menyebutkan komunikasi atau promosi terhadap Lembaga Keuangan Syariah memang kurang maksimal. Faktornya minimnya kegiatan promosi ini juga disebabkan kecilnya anggaran promosi bila dibandingkan lembaga keuangan konvensional.¹³ Hal ini menjadi tanggungjawab umat Islam keseluruhan untuk ikut mengembangkan sistem ekonomi syariah khususnya lembaga perbankan syariah.

Ada beberapa penelitian yang menyebutkan hasil yang sama mengenai faktor promosi. Seperti penelitian yang berjudul “pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah

⁹ Wawancara dengan Khoirul Huda, selaku pengurus pondok pesantren At-Taslim, pada tanggal 10 Agustus 2021.

¹⁰ Fauzy et al., *Analisis...*, h. 184

¹¹ Saidiah, *Pengetahuan...*, h. 39.

¹² Ita Nurcholifah, “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah”, *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*, Vol. 4 No. 1, Maret 2014, h. 82.

¹³ Any Meilani, “Persepsi Santri Terhadap Bank Syariah”, *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, Vol. 2 No. 2, Desember 2017, h. 135.

tabungan marhamah pada PT. Bank Sumut cabang Syariah Padangsidimpuan” menyebutkan promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan.¹⁴ dan pada penelitian yang berjudul “pengaruh promosi kepercayaan dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Kota Depok” menyebutkan promosi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan haji bank syariah.¹⁵ Akan tetapi dalam penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah” menyebutkan faktor promosi tidak berpengaruh secara signifikan dalam memilih jasa bank syariah.¹⁶

Sebagai santri yang juga makhluk sosial, yaitu hidup berkelompok atau memerlukan individu lain untuk saling berinteraksi. Kelompok maupun individu yang berada disekelilingnya dinamakan lingkungan sosial. Interaksi tersebut saling mempengaruhi dalam membentuk perilaku, kebiasaan, sikap, kepercayaan dan nilai-nilai yang dianggap penting.¹⁷ Selain itu keluarga dan peran santri dalam masyarakat juga bisa dapat mempengaruhi perilaku santri tersebut.

Lingkungan yang islami serta pengetahuan agama yang mendalam ada di dalam pesantren. Lingkungan pesantren dapat membentuk perilaku dan pola pikir santri dalam kehidupan sehari-hari. Seperti halnya larangan praktik riba yang diterapkan di bank syariah. Berdasarkan penelitian yang berjudul “pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank Syariah pada santri pesantren mahasiswa darush shalihah” yang juga meneliti mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung mahasiswa santri mengatakan santri pengguna jasa bank syariah yang digunakan sebagai sarana mengirim uang dari orang tua dan bank yang dimiliki sama dengan orang tuanya.¹⁸

Pada penelitian yang berjudul “pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank Syariah pada santri pesantren mahasiswa darush shalihah” menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah.¹⁹ Selain itu pada penelitian “Pengaruh Budaya dan Keluarga Terhadap Minat Menabung

¹⁴ Budi Gautama Siregar, “pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah pada PT. Bank Sumut cabang Syariah Padangsidimpuan”, Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman, Vol. 4 No. 1 Juni 2018,

¹⁵ Makhdeleva Hanura Tajudin dan Ade Sofyan Mulazid, “pengaruh promosi kepercayaan dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Kota Depok”, *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 1 Juni 2017,

¹⁶ Toni Prasetyo Utomo, “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan Syariah”, *Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*.

¹⁷ Roni Andespa, “Pengaruh Budaya dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah”, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 2 No. 1, Juni 2017, h. 35.

¹⁸ Sayyidatul Maghfiroh, “pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank Syariah pada santri pesantren mahasiswa darush shalihah”, *Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta*.

¹⁹ Ibid

Nasabah di Bank Syariah” juga menyatakan keluarga menjadi faktor dominan.²⁰ Begitu pula dengan penelitian yang berjudul “pengaruh kelompok acuan dan pengetahuan tentang perbankan Syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah Semarang” mengungkapkan bahwa kelompok acuan berpengaruh terhadap minat menabung.²¹ Hasil penelitian tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang berjudul “analisis pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan dan lingkungan sosial terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah kota Malang” yang menyebutkan jika lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.²²

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Tingkat pengetahuan masyarakat atau santri yang kurang mengenai perbankan syariah.
2. Kurangnya sosialisasi atau promosi bank syariah terhadap santri.
3. Santri cenderung memilih jasa bank syariah yang sesuai dengan orangtuanya.
4. Berdasarkan penelitian sebelumnya menunjukkan *research gap* atau perbedaan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh faktor promosi dan lingkungan sosial dalam menggunakan jasa bank syariah.

Dari identifikasi masalah diatas, penulis membatasi masalah yang akan diteliti dengan lebih fokus pada promosi, pengaruh pengetahuan, dan lingkungan sosial terhadap minat santri untuk menggunakan jasa bank syariah dengan mengambil objek penelitian santri di Kabupaten Demak.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah diatas, maka penulis merumuskan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah pengetahuan dapat mempengaruhi minat santri untuk menggunakan bank syariah?
2. Apakah promosi dapat mempengaruhi minat santri untuk menggunakan bank syariah?
3. Apakah lingkungan sosial dapat mempengaruhi minat santri untuk menggunakan bank syariah?
4. Apakah secara bersama-sama pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial dapat berpengaruh terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah?

²⁰ Andespa, Pengaruh...

²¹ Arifatun Nisak et al., “pengaruh kelompok acuan dan pengetahuan tentang perbankan Syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah Semarang”,

²² Nur’aini Ika Ramadhani et al., “analisis pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan dan lingkungan sosial terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah kota Malang”, e-Jurnal Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, h. 86.

1.3. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial secara bersama-sama terhadap minat santri untuk menggunakan bank Syariah.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Merupakan bahan untuk dijadikan pertimbangan menjadikan strategi perusahaan agar semakin baik serta mengatasi kekurangan yang ada dalam perusahaan agar sesuai dengan harapan masyarakat.

2. Bagi Akademisi

Tambahan bahan untuk dijadiakan pertimbangan serta reverensi bagi penelitian lainnya dan menambah pengetahuan serta wawasan bagi berbagai pihak yang memiliki kepentingan.

3. Bagi Penulis

Bagi penulis sendiri, penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan dengan membandingkan antara teori-teori yang dipelajari dalam kuliah dengan praktik yang sebenarnya terjadi di lapangan.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi mengenai identifikasi masalah, latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Berisi landasan teori untuk membahas permasalahan yang ada di penelitian ini, didalamnya berisi tentang yang hasil penelitian yang sesuai, kajian teori, hipotesis, dan kerangka berfikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Isi dari bab ini adalah metode penelitian yang mencakup wilayah dan waktu penelitian, populasi, jenis penelitian, sumber data, teknik penentuan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, variabel penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Isi dari bab ini adalah gambaran umum tentang pengujian, objek penelitian, pembahasan mengenai hasil analisis data, hasil analisis data, jawaban rumusan masalah.

BAB V: PENUTUP

Isi dari bab ini adalah kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang telah dilaksanakan, saran yang berguna untuk pihak yang terkait, dan keterbatasan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Bank Syariah

Secara harfiah, bank berasal dari bahasa Perancis *banque* dan bahasa Italia *banco* yang artinya peti/lemari atau bangku. Ini menjelaskan fungsi dasar dari bank, yaitu sebagai tempat penitipan uang dengan aman (*safe keeping function*) dan sebagai sarana pembayaran (*transaction function*).²³

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menjelaskan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan aktivitas usahanya didasarkan pada prinsip syariah. Jenisnya sendiri terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.²⁴

Bank syariah disebut juga *Islamic Bank* di negara-negara lain. Dikatakan bank syariah sebagai lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang beroperasi berlandaskan etika dan sistem nilai Islam, seperti bebas dari bunga (*riba*), kegiatan spekulasi (*maysir*), dan dari hal yang meragukan atau tidak jelas (*gharar*). Selain itu bank syariah juga memegang prinsip keadilan dan hanya membiayai usaha-usaha halal.²⁵

Secara umum terdapat dua bentuk kegiatan utama dalam operasional bank Islam, yaitu penghimpun dana dan penyaluran dana. Sedangkan produk bank terdiri dari produk penyaluran dana, penghimpunan dana, serta jasa-jasa lain perbankan.²⁶

a. Penyaluran Dana, mencakup:

- 1) Ijarah (sewa) masuk dalam kategori jual beli, namun objek transaksi ini adalah berbentuk manfaat. Setelah masa sewa berakhir, makan barang yang diambil manfaatnya dikembalikan ke pemilik asalnya. Ijarah muntahiyah bittamlik adalah sewa yang diikuti perpindahan kepemilikan).
- 2) Ba'i (jual beli), didalamnya terdiri dari Salam, Murabahah, dan Istishna. Salam diartikan sebagai transaksi jual beli, namun barangnya belum tersedia, objek transaksi diserahkan secara tangguh. Transaksi salam seorang nasabah merupakan penjual dan bank adalah

²³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2009, h. 2.

²⁴ Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta", In Seminar Nasional Dan Call For Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS, Juni 2014, h. 166.

²⁵ Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum*, (14th ed.). Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia, 2005, h. 4.

²⁶ Andry Herawati & Liling Listyawati, "Faktor Penentu Keputusan Nasabah Muslim Dan Non Muslim Memilih Jasa Bank Syariah Di Surabaya", *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol. XIV No. 2, Desember 2017, h. 209-210.

pembeli. Istishna hampir sama dengan Salam, namun di dalam Istishna, Bank membayar harga pembelian menjadi beberapa kali termin pembayaran. Murabahah diartikan sebagai transaksi jual beli, yang mana bank memperoleh keuntungan dalam jumlah tertentu. Bank dalam konteks ini adalah penjual dan nasabah adalah pembeli.

- 3) Akad Pelengkap, terdiri dari Rahn, Hiwalah, Wakalah, Qardh, serta Kafalah. Rahn biasa dikenal dengan sebutan Gadai. Rahn bertujuan memberikan jaminan ke bank yang telah memberikan pembiayaan. Hiwalah merupakan pengalihan utang piutang. Hiwalah dalam perbankan syariah umumnya membantu supplier memperoleh modal untuk meneruskan produksinya, kemudian bank memperoleh ganti pembayaran jasa. Wakalah di praktek Perbankan syariah terjadi saat nasabah memberi kuasa ke bank untuk mewakili dirinya melaksanakan pekerjaan jasa, seperti inkaso, pembukuan L/C, dan transfer uang. Qardh diartikan sebagai pinjaman uang. Kafalah biasanya disebut dengan Bank Garansi.
 - 4) Syirkah, didalamnya berisi Mudharabah dan Musyarakah. Musyarakah merupakan usaha bagi hasil. Mudharabah merupakan salah satu bentuk Musyarakah. Salah satu pihak dari mudharabah merupakan Shahibul Mal (pemilik modal) kemudian pihak lainnya Mudharib (pengelola). Pihak yang melakukan Shirkah bersama-sama memadukan sumber daya yang ada kemudian memadukannya menjadi modal proyek kerjasama dan selanjutnya mengelola proyek tersebut bersama-sama.
- b. Penghimpunan Dana, mencakup:
- 1) Mudharabah, dibagi menjadi: Mudharabah Muqayyadah *on Balance Sheet*, Mudharabah Mutlaqah, Wakalah, dan Mudharabah *off Balance Sheet*. Mudharabah Muqayyadah *on Balance Sheet* merupakan mudharabah dengan disertai adanya pembatasan pemakaian dana yang berasal dari sahibul mal untuk investasi yang telah ditentukan. Mudharabah Mutlaqah tidak disertai adanya pembatasan pemakaian dana yang berasal dari Sahibul Mal. Wakalah di perbankan syariah terjadi jika nasabah memberi kuasa ke bank untuk mewakili nasabah melakukan pekerjaan jasa yang telah ditentukan, contohnya yaitu: transfer uang dan inkaso. Mudharabah *off Balance Sheet*, didalamnya bank bertindak menjadi arranger, yang mempertemukan nasabah mudharib dan nasabah pemilik modal.
 - 2) Wadi'ah, dalam Perbankan syariah Wadiah Yad Dhamanah diterapkan di produk rekening giro. Bank bisa menggunakan dana yang dititipkan, namun bank bertanggung jawab atas dana yang dititipkan secara penuh.
- c. Jasa Perbankan, meliputi:
- 1) Ijarah (Sewa), merupakan penyewaan jasa tata laksana administrasi dokumen (kustodian) dan kotak simpanan (*safe deposit box*). Bank memperoleh imbalan sewa dari jasa.

- 2) Sharf (jual beli valuta asing), prinsipnya didalamnya mirip prinsip Sharf, selama dilaksanakan di waktu sama (spot). Bank memperoleh dari keuntungan jual beli valuta asing.

2.1.2. Minat

Minat (*interest*) atau ketertarikan terhadap sesuatu digambarkan sebagai situasi sebelum pembelian, yang bisa dijadikan dasar memprediksikan tindakan. Assael (2001) mengatakan minat konsumen merupakan kecenderungan konsumen dalam mengambil tindakan pembelian suatu merek yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.²⁷

Menurut Kotler (2002) mendefinisikan minat beli adalah respon terhadap objek yang memperlihatkan keinginan konsumen untuk membeli.²⁸ Minat beli juga bisa disebut sebagai sesuatu yang berhubungan dengan rencana pembelian produk tertentu yang dilakukan oleh konsumen serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada waktu tertentu. Selain itu minat beli merupakan pernyataan emosional dari diri konsumen yang mencerminkan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.²⁹

Banyak hal yang dapat mempengaruhi munculnya minat, baik yang berasal dari individu ataupun dari lingkungan masyarakat. Crow & Crow mengatakan ada tiga faktor utama yang membentuk minat, diantaranya:³⁰

1. Faktor motif sosial, yaitu penyesuaian diri supaya diakui serta diterima lingkungan di sekitarnya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sosial seperti mendapatkan status, bekerja, mendapatkan penghargaan dan perhatian.
2. Faktor dorongan dari dalam, seperti kebutuhan-kebutuhan dari individu yang ada hubungannya dorongan fisik, mempertahankan diri dari takut, lapar, sakit, serta rasa ingin tahu.
3. Faktor perasaan atau emosi yang ada kaitannya dengan emosi atau perasaan seseorang, contohnya adalah keberhasilan saat melakukan aktivitas tertentu akan memunculkan rasa senang.

²⁷ Roni Andespa, "Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah", Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan, Vol. 2 No. 2, Desember 2017, h. 197.

²⁸ Arifatun Nisak, et al., "Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syari'ah Semarang", Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 2 No. 1, 2013,

²⁹ Yulfan A.Nurohman & Rina Sari Qurniawati, "Pengaruh Komunikasi Sosial Media Terhadap Persepsi Konsumen Pada Produk Kosmetik Halal" Jurnal Among Makarti, Vol. 10 No. 19, Juli 2017, h. 27.

³⁰ Nisak, et al., *Pengaruh ...*, h. 3.

Minat beli seorang konsumen menurut Suwandari (2008) dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu:³¹

- a. Ketertarikan (*Interest*), merupakan ketertarikan pada produk.
- b. Perhatian (*attention*), merupakan perhatian pada suatu produk.
- c. Tindakan (*Action*), merupakan keputusan atau tindakan pembelian produk.
- d. Keinginan (*Desire*), merupakan keinginan memilih produk.

Terdapat unsur manfaat pada ekonomi konvensional yang tujuannya hanya kepuasan (*utility*). Konsumen memiliki kecenderungan memilih jasa serta barang yang bisa bermanfaat optimal. Keyakinan mengenai adanya pembalasan serta kehidupan di akhirat dari Allah SWT sangatlah berpengaruh secara signifikan dalam berbagai kegiatan konsumsi. Berdasarkan pemaparan islami jika tiap-tiap pelaku ekonomi berkeinginan meningkatkan manfaat yang diterimanya.³²

2.1.3. Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang sudah diproses guna mendapatkan suatu pemahaman, pembelajaran, serta pengalaman untuk diterapkan ke proses suatu bisnis.³³ Sedangkan Philip Kotler (2000) mengatakan bahwa pengetahuan adalah perubahan perilaku individu yang didapatkan dari pengalaman. Konsumen mempunyai tingkatan pengetahuan produk yang berbeda untuk diperuntukkan menerjemahkan informasi baru dan membuat keputusan.³⁴ Jadi pengetahuan dapat diartikan segala informasi yang dimiliki seseorang mengenai berbagai macam produk dan juga jasa.

Ada beberapa tingkatan dalam pengetahuan, sebagai berikut:³⁵

1. Memahami (*comprehension*)

Memahami adalah kemampuan menerangkan dengan tepat atau benar tentang hal-hal yang diketahui, kemudian bisa menyimpulkan serta menerangkan objek yang sudah dipelajari.

2. Tahu (*know*)

³¹ Muhammad Fakhru Rizky NST & Hanifa Yasin, "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan OBAMA PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan", *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol. 14 No. 2, Oktober 2014, h. 141.

³² Ahmad Samsudin, "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Tangerang", Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2017

³³ Saidiah, *Pengetahuan...*, h. 40.

³⁴ Sunardi & Ana Maftukhah, "Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan)", *Islaminomic*, Vol. 6 No. 2, Agustus 2015, h. 38.

³⁵ A.Wawan dan Dewi M., *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nusa Medika, 2011, h. 13.

Pengetahuan memiliki arti mengingat materi pelajaran yang dipelajari serta bisa diukur menggunakan kata kerja menguraikan, menyebutkan, menganalisis, serta mengidentifikasi.

3. Analisis (*analysis*)

Analisis diartikan sebagai kemampuan untuk menyatakan materi menjadi komponen-komponen yang saling berkaitan.

4. Aplikasi (*application*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan materi yang telah dipelajari di kondisi atau situasi tertentu, contohnya yang berhubungan dengan penggunaan metode, hukum, rumus, prinsip, dan lain-lain.

5. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi diartikan sebagai kemampuan menilai materi dengan menggunakan kriteria yang telah ada ataupun kriteria yang baru dibuat.

6. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis diartikan sebagai kemampuan menghubungkan bagian dalam formulasi. Berdasarkan Philip Khotler (2000), pola perilaku konsumen dipengaruhi pengetahuan yang konsumen miliki. Pengetahuan yang luas menjadikan konsumen mempertimbangan, memutuskan, memproses informasi baru. Pengetahuan yang konsumen miliki berpengaruh terhadap bagaimana ia menghadapi penawaran jasa dan produk tertentu. Informasi-informasi yang masyarakat dapatkan mengenai suatu jasa atau produk bisa mempengaruhi perilaku pembelian. Pengetahuan produk dikelompokkan menjadi empat, yaitu:³⁶

1. Pengetahuan mengenai manfaat produk.

nasabah yang menginvestasikan atau menabung di bank syariah, karena nasabah tersebut sudah mengetahui manfaat-manfaat yang akan didapatkan dari di bank syariah. Contoh manfaat dari menggunakan bank syariah terhindar dari riba dan perbuatan yang dzalim.

2. Pengetahuan mengenai atribut produk atau karakteristik

Nasabah atau konsumen akan melihat produk dengan berdasar pada ciri/ atribut di produk tersebut. Nasabah yang memiliki keinginan menginvestasikan uang berbentuk

³⁶ Saidiah, *Pengetahuan...*, h. 42.

tabungan atau deposito, maka nasabah tersebut harus mengetahui mengenai lama investasi, jenis investasi, dan bonus.

3. Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah.

Beberapa gagasan atau ide yang bermakna berupa abstrak, entitas mental universal yang bisa diterapkan merata di tiap ekstensinya, sehingga konsep bisa mewakili objek-objek yang memiliki bentuk serta ciri yang sama dalam suatu kesatuan pengertian mengenai persoalan yang telah dirumuskan.

4. Pengetahuan tentang kepuasan.

Produk dapat memberikan kepuasan ke konsumen jika suatu produk sudah dikonsumsi atau digunakan konsumen. Produk bisa memberi kepuasan maksimal, apabila konsumen bisa mengkonsumsi atau menggunakan produk dengan tepat dan benar.

2.1.4. Promosi

promosi yaitu aktivitas yang mengkomunikasikan produk serta membujuk pelanggan sebagai sasaran pembeli.³⁷ promosi juga dapat diartikan sebagai usaha-usaha yang bank lakukan mengenai cara mereka memperkenalkan bank ke masyarakat luas dengan memanfaatkan media cetak ataupun media elektronik.³⁸ Jadi dengan melakukan promosi yang tepat dapat dikatakan sebagai cara perusahaan memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat agar lebih dikenal secara luas.

Promosi merupakan bauran pemasaran (*marketing mix*), yang dapat dijadikan strategi pemasaran dalam suatu perusahaan. Setelah mengetahui segmen pasar, target pasar, serta posisi pasar maka dapat disusun strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) tersebut. Dimana strategi pemasaran yang baik berciri-ciri: kekuatan baik diantara kebutuhan pasar dan kekuatan perusahaan, mempunyai definisi pasar jelas, kinerja yang dimiliki perusahaan cenderung lebih baik daripada pesaing lainnya.³⁹

Ada tiga fungsi utama yang ingin dicapai dalam kegiatan promosi, yaitu:⁴⁰

1. Mencari perhatian (*attention*) dari konsumen, karena ini merupakan proses awal pengambilan keputusan konsumen.

³⁷ Amaliah Al Azmi dan R. Moh. Qudsi Fauziy, "Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Di BNI Syariah KC. Rungkut Surabaya)", JESTT, Vol 2 No. 1, Januari 2015, h. 81.

³⁸ Evi Yupitri dan Raina Linda Sari, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan", Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, Vol. 1 No. 1, Desember 2012, h. 50.

³⁹ Yunita Sari, et al., "Analisis Faktor-Faktor Preferensi Etnis Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Indonesia", Jurnal Al-Muzara'ah, Vol. 3 No. 1, h. 5.

⁴⁰ Yasin, "Pengaruh ...", h. 139.

2. Menumbuhkan ketertarikan atau minat atas produk pada konsumen.
3. Mengembangkan keinginan konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan.
Beberapa tugas khusus atau yang biasa disebut dengan bauran promosi diantaranya:⁴¹
 - a. Periklanan (*advertising*), yaitu setiap bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi mengenai keunggulan ataupun keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa seseorang untuk melakukan pembelian.
 - b. Penjualan Perseorangan (*personal selling*), merupakan komunikasi langsung antara penjual dan calon pembeli untuk memperkenalkan suatu produk dan memberikan pemahaman mengenai produk yang ditawarkan.
 - c. Hubungan Masyarakat (*publik relations*), merupakan usaha mengkomunikasikan secara menyeluruh guna mempengaruhi opini, pandangan, sikap, dan keyakinan kelompok-kelompok tertentu terhadap perusahaan.
 - d. Promosi Penjualan (*sales promotion*), merupakan persuasi langsung dengan menggunakan insentif untuk meningkatkan banyaknya jumlah barang yang pelanggan beli atau alat yang dapat merangsang pembelian produk.
 - e. Pemasaran Langsung (*direct marketing*), adalah sistem pemasaran yang sifatnya interaktif, dengan memanfaatkan media iklan untuk menimbulkan transaksi atau respon di lokasi-lokasi tertentu.

2.1.5. Lingkungan Sosial

Menurut Hamalik (2001) lingkungan adalah segala sesuatu di alam sekitar yang berpengaruh serta bermakna terhadap individu.⁴² Lingkungan sosial diartikan sebagai semua individu atau orang lain yang bisa menjadikan individu lain terpengaruh.⁴³ Besar kecilnya pengaruh lingkungan sosial terdapat dalam pertumbuhan kejiwaan dan kepribadian.

Perkembangan harus terjadi pada anak-anak sejak dilahirkan sampai menjadi dewasa, dapat hidup mandiri dan bertanggungjawab dalam masyarakatnya. Baik atau buruknya bergantung pada berbagai pengaruh atau pendidikan yang dialaminya. seseorang dalam lingkungan sosial mengalami aspek-aspek berikut:⁴⁴

⁴¹ Alfiyandi dan La Ode Syarfan, "Analisis Bauran Promosi (*Promotion Mix*) Produk Multilinked Syariah pada Asuransi Panin DAI-ICHI Life Cabang Pekanbaru", *Jurnal Voluta*, Vol. 2 No. 1, April 2016, h. 58.

⁴² Nur'aini Ika Ramadhani, et al., "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang", *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 8 No. 19, Agustus 2019, h. 82.

⁴³ Ngalm Purwanto, *Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis*, Bandung: Rosdakarya, 2011

⁴⁴ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat", *Skripsi Pendidikan Ekonomi*, 2018, h. 34.

1. Lingkungan Keluarga

Keluarga menjadi penting dalam suatu perkembangan dan pertumbuhan anak-anak. Rasa kasih sayang yang diberikan orangtua menjadi suatu pendidikan yang akan diterima oleh anak sebagai kodrat. Keluarga juga memiliki pengaruh yang berbeda di pendidikan anak, hal ini dikarenakan kondisi setiap keluarga yang beragam.

Menurut Kotler & Keller (2016) keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan utama yang paling berpengaruh. Dari keluarga seseorang dapat memperoleh pandangan terhadap agama, politik, dan ekonomi, rasa ambisi pribadi, harga diri serta cinta.

2. Lingkungan Sekolah

Sekolah menjadi lingkungan yang dibuat oleh manusia. Didirikan oleh masyarakat guna membantu keluarga yang sudah tidak sanggup memberi pendidikan untuk anak-anaknya. Selain itu untuk menyiapkan anak agar hidup dengan cukup modal kepintaran dan ketrampilan dalam masyarakat modern anak-anak tidak cukup hanya menyerap pendidikan dan pembelajaran dari keluarga saja.⁴⁵

3. Lingkungan Masyarakat.

Masyarakat menjadi salah satu aspek yang sangat penting yang melingkupi beberapa unsur seperti individu, kelompok, sumber budaya, sistem nilai dan norma, sumber-sumber alami, kondisi atau situasi serta masalah-masalah, dan berbagai halangan dalam masyarakat secara keseluruhan.⁴⁶

2.2. Penelitian Yang Relevan

Penelitian ini selain berdasarkan temuan masalah di lapangan juga menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian. Hal ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan

Penelitian	Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan
Tita Octavina Fauzy, Agus Purwadi &	Analisis Pengetahuan tentang Perbankan Syariah	Pengetahuan santri (X1), Minat menabung (Y)	Pengetahuan santri tentang perbankan berpengaruh secara kuat	1. Penambahan variabel penelitian

⁴⁵ Purwanto, *Ilmu ...*,

⁴⁶ Oemar Hamalik, *Proses Belajar dan Mengajar*, Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2001

Rahmad Hakim (2019)	Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung di Bank Syariah		dan signifikan terhadap minat menabung santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto.	2. Teknik analisis
Fitria Nurma Sari dan Moch Khoirul Anwar (2018)	Pengaruh Tingkat <i>Religiusitas</i> Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah	Tingkat <i>Religiusitas</i> (X1), Minat Menabung (Y)	Tingkat <i>Religiusitas</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menabung santri Pondok Darussalam Kediri	1. Variabel penelitian 2. Teknik pengambilan sampel 3. Teknik analisis
Sayyidatul Maghfiroh (2018)	Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank	Religiusitas (X1), Pendapatan (X2), Lingkungan Sosial (X3), Minat Menabung di Bank Syariah (Y)	Pendapatan dan Lingkungan Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Menabung Santri	1. Variabel penelitian 2. Objek penelitian

	Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat		Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat di Bank Syariah, sedangkan Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat di Bank Syariah.	
Wenda Wahyu Christiyanto dan Mardi Astutik (2018)	Sebuah Fenomena Bank Syariah di Kota Santri	<i>Contemporary Marketing Mix (X1), Brand Image (Mediasi), Minat Menjadi Nasabah (Y)</i>	<i>Contemporary Marketing Mix</i> berpengaruh terhadap minat masyarakat Jombang untuk menjadi nasabah bank syariah, dengan <i>Brand Image</i> sebagai variabel mediasi yang bersifat paralel.	1. Variabel penelitian 2. Teknik analisis

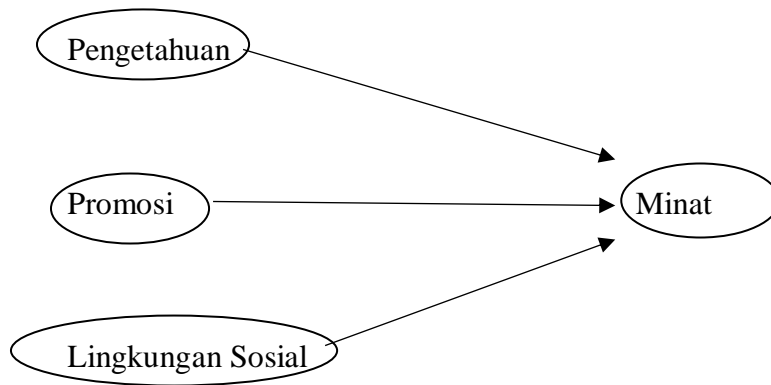
Maskur Rasyid dan Halimatu Saidiah (2016)	Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru	Pengetahuan (X1), Minat menabung (Y)	Tingkat pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung. Semakin tinggi tingkat pengetahuan dapat meningkatkan minat.	1. Penambahan variabel penelitian 2. Teknik analisis
Risa Nur Fauzi (2020)	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Santri Di Kabupaten Sleman Yogyakarta)	Literasi Keuangan (X1), Pengetahuan Agama (X2), Promosi (X3), Minat menjadi nasabah bank syariah (Y)	Literasi keuangan syariah, pengetahuan agama dan promosi mempengaruhi minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah baik secara simultan maupun parsial.	1. Variabel penelitian 2. Teknik pengambilan sampel 3. Objek penelitian

2.3. Kerangka Berpikir

Penelitian ini menggunakan variabel bebas diantaranya pengetahuan, promosi dan lingkungan sosial serta variabel terikat yaitu minat santri untuk menggunakan bank syariah. Berdasarkan variabel penelitian tersebut terbentuklah suatu kerangka pemikiran yang

menggambarkan hubungan antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) sebagai berikut:

Gambar 2. 1. Kerangka Berpikir Penelitian



2.4. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara untuk rumusan masalah penelitian yang didasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris dari pengumpulan data.⁴⁷ Berdasarkan kajian teori dan penelitian yang relevan dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: pengetahuan berpengaruh terhadap minat santri untuk menggunakan jasa bank syariah.

H2: promosi berpengaruh terhadap minat santri untuk menggunakan jasa bank syariah.

H3: Lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat santri untuk menggunakan jasa bank syariah.

H4: secara bersama-sama pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial dapat berpengaruh terhadap minat santri untuk menggunakan bank Syariah.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 64.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian

Proses penelitian sampai tahap analisis data dilakukan mulai bulan Agustus 2021. Penelitian mengambil objek penelitian santri yang tinggal di Kabupaten Demak, yaitu pada pondok pesantren At-Taslim Bintoro Demak, dengan jumlah 100 orang santri.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian survey yang dilaksanakan dengan cara mencari serta mengumpulkan informasi memakai kuesioner. Penelitian ini meneliti populasi tertentu yang mana analisis data bersifat statistik, data dikumpulkan memakai instrumen penelitian, dengan tujuan menguji hipotesis.⁴⁸

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang berisi subjek/objek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang peneliti tentukan untuk dipelajari. Populasi bukan hanya sekedar jumlah, namun mencakup karakteristik yang objek/subjek yang diteliti.⁴⁹ Populasi penelitian ini yaitu santri yang berada di Kabupaten Demak.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah yang populasi miliki atau sample adalah bagian dari populasi yang mewakili populasi. Populasi jika terlalu banyak jumlahnya akan menjadikan penelitian sulit untuk dilakukan, keterbatasan inilah yang menjadikan penelitian ini hanya mengambil beberapa sampel.⁵⁰

Penentuan sampel dari populasi menggunakan rumus slovin, seperti dibawah ini:⁵¹

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

⁴⁸ *Ibid.* h. 8.

⁴⁹ *Ibid.* h. 80

⁵⁰ Sugiyono, *Metode ...*, h. 81

⁵¹ Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2013.

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Ketidakteelitian karena kesalahan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir (10%)

Berdasarkan rumus diatas, besarnya sampel yang digunakan adalah :

$$n = \frac{14.697}{1 + 14.697(0,1)^2}$$

n = 99,33

Untuk memudahkan peneliti dalam pengolahan data, maka dibulatkan sampel dari 99,33 menjadi 100 sampel.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan cara *non probability sampling*, yaitu pengambilan sampel tanpa memberi kesempatan sama kepada anggota populasi untuk dijadikan sampel.⁵² Teknik yang dipakai yaitu *purposive sampling*, yang mana informasi didapatkan dengan mempertimbangkan syarat tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Syarat responden dalam penelitian ini yaitu Santri yang tinggal di Kabupaten Demak.

3.4. Data dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini adalah, data primer dan data sekunder:

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh secara langsung dari sumbernya saat di lapangan. Data primer penelitian ini diperoleh dengan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan tidak langsung dari objek penelitian. Data sekunder sudah dikumpulkan oleh pihak lain, dalam penelitian ini diperoleh dari kajian pustaka dari jurnal, buku, dan sumber lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

⁵² Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014,

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner untuk mengumpulkan data. Kuesioner merupakan lembaran yang isinya pernyataan atau pernyataan tentang fenomena yang diteliti.⁵³ Jawaban dari pertanyaan atau pernyataan dari kuisisioner adalah data utama dalam penelitian. Pernyataan dalam kuisisioner adalah pernyataan-pertanyaan yang ada hubungannya dengan variabel-variabel penelitian ini. Pertanyaan yang sudah disusun kemudian dibagikan ke responden untuk dijawab secara langsung atau menggunakan kuesioner.

Pengukurannya dilakukan menggunakan skala likert. Pengertian Skala likert yaitu skala untuk mengukur pendapat, sikap, serta persepsi seseorang mengenai fenomena social.⁵⁴ Skala likert seringkali berisi lima tanggapan responden di setiap pertanyaan atau pernyataan.

Adapun dari tiap-tiap tanggapan tersebut dalam setiap item pernyataan kemudian diberi skor, antara lain:

1. Sangat Setuju (SS) (Skor/nilai 5)
2. Setuju (S) (Skor/nilai 4)
3. Kurang Setuju (KS) (Skor/nilai 3)
4. Tidak Setuju (TS) (Skor/nilai 2)
5. Sangat Tidak Setuju (STS) (Skor/nilai 1)

3.6. Variabel Penelitian

Penelitian menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel independen yang diambil adalah pengetahuan, promosi dan lingkungan sosial.
2. Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini variabel dependen yang diambil adalah minat santri untuk menggunakan bank syariah.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisi data berisi kegiatan menyajikan serta mengelompokan data menurut variabelnya, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian.⁵⁵ Analisis data merupakan proses menyusun data dengan sistematis setelah data didapatkan dari

⁵³ Sugiyono, *Metode ...*, h. 142

⁵⁴ *Ibid.* h. 93

⁵⁵ *Ibid.* h. 244

dokumentasi, kuesioner, dan wawancara. Teknik analisis data kuantitatif menggunakan alat analisis regresi berganda. Data penelitian ini diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 2.2.

3.7.1. Uji Instrumen

Instrumen dikatakan benar jika instrumen menghasilkan data akurat, data inilah yang bisa dipertanggungjawabkan. Uji instrumen digunakan untuk mengetahui instrumen yang digunakan apakah sudah akurat atau belum. Mengetahui baik buruknya instrumen yang digunakan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji ini untuk mengukur kevalidan instrumen penelitian. Instrumen yang valid adalah alat ukur bisa mengukur apa yang seharusnya diukur.⁵⁶ Uji validitas di penelitian ini dengan melakukan korelasi *bivariate* diantara tiap-tiap indikator dengan total skor variabel.

Uji signifikan dilaksanakan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, n yang dimaksud adalah sampel. Hasil analisis terdapat di kolom *Item-Total Statistics*.⁵⁷ Jika nilai r hitung > r tabel, menunjukkan jika pernyataan valid dan jika nilai r hitung < r tabel, menunjukkan jika pernyataan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Kuesioner bisa disebut reliabel jika jawaban responden di waktu berbeda konsisten. Uji ini digunakan untuk mengukur kuesioner indikator dari variabel. Program SPSS terdapat fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

Instrumen yang memiliki 2 pilihan jawaban atau lebih, bisa disebut reliabel jika pengukuran yang dilakukan beberapa kali di subjek yang sama mendapatkan hasil sama atau relatif sama dengan menggunakan instrumen yang berbeda. Instrumen yang memiliki pilihan jawaban lebih dari dua, bisa disebut reliabel jika reliabilitas *Alfa Cronbach* > 0,60. Instrumen yang memiliki 2 pilihan jawaban, bisa disebut reliabel jika nilai $r_i > r_t$.⁵⁸

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Uji ini untuk mengetahui data yang sudah didapatkan apakah sah (tidak terdapat penyimpangan) atau tidak. Cara meyakinkan persamaan garis regresi yang didapatkan adalah linear dan valid untuk mencari peramalan, sehingga akan dilakukan uji asumsi klasik berikut:

1. Uji Normalitas

⁵⁶ *Ibid.* h. 121

⁵⁷ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018, h. 130

⁵⁸ Febrianawati Yusup, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif", Jurnal Tarbiyah, Vol. 7 No. 1, Juni 2018, h. 23.

Tujuan uji ini adalah menguji model regresi variabel dependen dan independen apakah terdistribusi normal atau mendekati normal. uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Variabel pengganggu dari regresi disyaratkan berdistribusi normal, hal agar sesuai asumsi *zero mean* apabila variabel terdistribusi normal, maka menunjukkan jika variabel yang diteliti juga berdistribusi normal. Sig. Model regresi disebut berdistribusi normal jika *probability* dari *Kolmogrov-Smirnov* lebih besar dari $p > 0,05$.⁵⁹

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji ini adalah menguji model regresi apakah memiliki korelasi diantara variabel bebas (independen). Model bisa disebut baik jika tidak terdapat korelasi diantara variabel. Pendeteksian multikolinieritas dilakukan dengan melakukan analisis dengan matriks korelasi atau melihat nilai VIF hasil analisis regresi. Nilai yang sering digunakan untuk menunjukkan ada tidaknya gejala multikolinearitas yaitu nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 dan nilai VIF tidak melebihi 10, hal ini menunjukkan jika model terbebas dari multikolinearitas.⁶⁰

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah menguji model regresi apakah terdapat ketidaksamaan *variance* yang berasal dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Model dikatakan baik jika tidak terjadi Heteroskedastisitas.⁶¹ *Variance* residual pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya jika tetap, maka bisa dikatakan Homoskedastisitas dan apabila terdapat perbedaan maka disebut Heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Ketepatan Model

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan:

1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji signifikan pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen.⁶² Hal ini menunjukkan jika variabel independen secara signifikan dan serentak berpengaruh terhadap variabel independen.

a. Hipotesis sebagai berikut:

⁵⁹ Dadan Sabrudin dan Euphrasia Susy Suhendra, "Dampak Akuntabilitas, Transparansi dan Profesionalisme Paedagogik terhadap Kinerja Guru di SMK 21 Jakarta" *Jurnal Nusamba*, Vol. 4 No. 1, April 2019, h. 44.

⁶⁰ *Ibid.* h. 45

⁶¹ *Ibid.*

⁶² Jihan Suci Lestari et al., "Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, dan Lingkungan Kerja terhadap Prestasi Kerja Guru", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1 No. 1, Desember 2019, h. 48

Ho: $\beta_1 = \beta_2 \dots \dots \dots \beta_i = 0$ berarti secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha: $\beta_1 \neq \beta_2 \dots \dots \dots \beta_i \neq 0$ berarti secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Menentukan nilai level of significance (α) sebesar 5%.

c. Kriteria pengujian

Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel:

1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, Ho ditolak dan Ha diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, H0 diterima dan Ha ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Menggunakan angka probabilitas signifikansi:

a) Apabila probabilitas signifikansi $\geq 0,05$ maka H0 diterima dan Ha ditolak.

b) Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H0 ditolak dan Ha diterima.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kemampuan model menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi diantara 0 dan 1. Nilai R^2 jika mendekati satu maka menunjukkan jika berarti variabel independen bisa memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksikan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang semakin kecil menunjukkan jika kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangatlah terbatas.⁶³

3.7.4. Analisis Regresi Berganda

Uji statistik regresi linear berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui koefisien regresinya.⁶⁴ Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan keadaan naik turunnya variabel dependen, apabila dua atau lebih variabel independen adalah faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Hasil analisis regresi adalah koefisien tiap-tiap variabel independen. Persamaan regresi berganda penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

⁶³ Ghozali, *Aplikasi...*, h. 179

⁶⁴ Iqbal Hasan, "*Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*", Jakarta: Bumi Aksara, 2004,

Keterangan:

Y = minat

a = konstanta

b = koefisien arah regresi

X1 = pengetahuan

X2 = promosi

X3 = lingkungan sosial

e = error

$$a^{-n} = \frac{1}{a^n}$$

3.7.5. Uji Hipotesis (t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁶⁵ Ketentuan dalam uji t sebagai berikut:

1. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian ini juga dapat menggunakan nilai signifikan 0,05. Analisis ini berdasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika signifikan $t < 0,05$ berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikan $t > 0,05$ berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

⁶⁵ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 16", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, h. 98.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum pondok Pesantren At-Taslim

Awal mula pesantren merupakan lembaga pengajian yang didirikan oleh Syaikh Maulana Malik Ibrahim sebagai tempat untuk para santri belajar agama. Para santri akan dilibatkan langsung menjadi pendakwah dalam masyarakat luas. Runtuhnya singgasana Majapahit pada tahun 1293 – 1478 M menjadi awal perkembangan Islam dan pendidikannya. Daerah pesisir pantai menjadi tempat awal berkembangnya karena sebagai pusat perdagangan.⁶⁶

Pesantren mempunyai dua fungsi utama pada awal perkembangannya, yaitu sebagai lembaga pendidikan dan lembaga penyiaran agama. Pada abad ke-18 sampai dengan abad ke-20, masyarakat luas mulai merasakan keberadaan lembaga pendidikan Islam pesantren. Bahkan muncul respon positif terhadap pesantren di tangan-tengah masyarakat seperti banyak kiai dan masyarakat sekitar yang membangun tempat pengajian di sekitar surau, langgar atau masjid. Tujuannya adalah menjadi asrama untuk anak-anak yang ingin menempuh pendidikan agama dan akan tinggal bersama kiai di tempat tersebut.⁶⁷

Salah satu daerah pesisir Jawa yang menjadi pusat berkembangnya pesantren adalah Demak. Sebuah kabupaten yang identik dengan Islam bahkan arti nama kotanya sendiri adalah rawa karena dulunya memang tanah bekas rawa. Pesantren di Kabupaten Demak pada awalnya kebanyakan bersistem salaf atau pendidikannya hanya terbatas keagamaan saja. Seiring berkembangnya jaman, pesantren mulai memadukan antara sistem salaf dan modern. Mulailah bermunculan pesantren-pesantren yang mengajarkan pendidikan formal dan berbagai ketrampilan untuk memberikan *life skill* pada para santri. Selain itu banyak pesantren yang mendirikan pula madrasah sebagai tempat menempuh pendidikan formal bagi para santri.

KH. Muhammad Nurul Huda, Lc., MA. pada tahun 1986 mendirikan Pondok Pesantren At-Taslim. Pondok ini mengembangkan Pendidikan keagamaan (Tarbiyyah Diniyyah) serta Pendidikan ekonomi (Tarbiyyah Iqtishodiyah). Pendidikan-pendidikan di mencakup pondok pesantren putra-putri, kajian kitab, Koperasi Syariah, Madrasah Diniyyah, Balai Latihan Kerja, Program Tahfidz, dan unit usaha air minum.

⁶⁶ Muhammad Idris Usman, "PESANTREN SEBAGAI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (Sejarah Lahir, Sistem Pendidikan, dan Perkembangannya Masa Kini)", Jurnal Al Hikmah, Vol XIV No 1, 2013, h. 102.

⁶⁷ *Ibid*, h. 105.

4.1.2. Profil pengasuh Pondok Pesantren At-Taslim

KH. Muhammad Nurul Huda lahir di Demak, 20 September 1955. Beliau merupakan putra ke-3 dari pernikahan KH. Sa'dullah bin Taslim dan Nyai Hj. Chamnah binti KH. Ma'shoem Lasem. Dalam riwayat keilmuan pesantren beliau pernah di pondok pesantren Al-Hidayat Lasem Rembang, Pondok Pesantren Futuhiyyah Mranggen Demak, dan Pondok Pesantren KH. Ali Ma'shoem Jogja. Kemudian dalam Pendidikan formal beliau lulusan S1 Universitas Islam Madinah, Arab Saudi dan S2 Universitas Punjab, Pakistan. Sedangkan istri beliau Ibunyai Mutmainnah, AH lahir di Demak, 15 Maret 1960. Dalam riwayat keilmuan pesantren beliau merupakan alumni dari Pondok Pesantren Al-Muayyad Mangkuyudan Surakarta, Pondok Pesantren Al-Hidayat Lasem Rembang, dan Pondok Pesantren Bustanu Usysyaqil Qur'an Betengan Demak.

4.2 Analisis Deskriptif

4.2.1. Karakteristik Responden

Data dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu 100 santri yang tinggal di Kabupaten Demak. Dari kuesioner yang dibagikan diperoleh data deskriptif sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dikelompokkan menjadi dua kelompok berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan dan laki-laki. Adapun proporsi jenis kelamin dapat diketahui berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	77	77%
2.	Laki-laki	23	23%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 77 atau 77% dari keseluruhan responden. Sedangkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 23 atau 23% dari keseluruhan responden

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Asal

Data responden berdasarkan alamat asal dikelompokkan menjadi 2 yaitu yang berasal dari daerah Kabupaten Demak dan yang berasal dari luar daerah Kabupaten Demak. Berikut data responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Alamat Asal

No	Alamat Asal	Jumlah	Persentase
1.	Kabupaten Demak	79	79%
2.	Luar Kabupaten Demak	21	21%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa responden yang berasal dari lingkup Kabupaten Demak sebesar 79 atau 79%. Sedangkan responden yang berasal dari luar Kabupaten Demak sebesar 21 atau 21%. Dapat dikatakan mayoritas responden berasal dari lingkup Kabupaten demak sendiri.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Rekening Bank Syariah

Responden penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu yang tidak mempunyai rekening bank syariah serta yang mempunyai rekening bank syariah. Data kepemilikan rekening bank syariah:

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Kepemilikan Rekening

No	Kepemilikan	Jumlah	Persentase
1.	Memiliki rekening bank syariah	5	5%
2.	Tidak memiliki rekening bank syariah	95	95%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.3 diatas diketahui responden yang memiliki rekening bank syariah berjumlah 5 atau 5%. Sedangkan yang tidak memiliki rekening bank syariah berjumlah 95

atau 95%. Secara demikian mayoritas responden terpilih tidak memiliki rekening bank syariah.

4.2.2 Uji Kelayakan Data

1) Uji Validitas

Kuesioner disebut valid jika nilai r hitung melebihi r tabel atau memiliki signifikansi 0,05. Nilai r hitung diketahui dengan menggunakan SPSS dan r tabel diketahui dari tabel r (terlampir) untuk mengetahui derajat kebebasan (terlebih dahulu. Derajat kebebasan diketahui dari rumus seluruh jumlah seluruh responden dikurangi 2 ($df = n - 2$). Responden penelitian ini berjumlah 100 responden, sehingga besaran $df = 100 - 2 = 98$ dengan α 0,05 (5%) maka r tabel yang didapatkan adalah 0,1654. Hasil uji validitas terdapat di tabel berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas				
Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item – Total Correllation	R tabel	Ket.
Pengetahuan	X1.1	0,584	0,1654	Valid
	X1.2	0,723	0,1654	Valid
	X1.3	0,533	0,1654	Valid
	X1.4	0,548	0,1654	Valid
	X1.5	0,536	0,1654	Valid
	X1.6	0,550	0,1654	Valid
Promosi	X2.1	0,638	0,1654	Valid
	X2.2	0,530	0,1654	Valid
	X2.3	0,543	0,1654	Valid
	X2.4	0,668	0,1654	Valid
	X2.5	0,361	0,1654	Valid
	X2.6	0,536	0,1654	Valid

	X2.7	0,622	0,1654	Valid
	X2.8	0,410	0,1654	Valid
Lingkungan Sosial	X3.1	0,438	0,1654	Valid
	X3.2	0,693	0,1654	Valid
	X3.3	0,738	0,1654	Valid
	X3.4	0,600	0,1654	Valid
	X3.5	0,585	0,1654	Valid
	X3.6	0,598	0,1654	Valid
Minat Santri Menggunakan Bank Syariah	Y1	0,414	0,1654	Valid
	Y2	0,702	0,1654	Valid
	Y3	0,704	0,1654	Valid
	Y4	0,644	0,1654	Valid
	Y5	0,650	0,1654	Valid
	Y6	0,635	0,1654	Valid
	Y7	0,567	0,1654	Valid
	Y8	0,624	0,1654	Valid

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan data diatas disimpulkan jika seluruh pertanyaan kuesioner valid dengan nilai korelasi r hitung lebih besar dibandingkan r tabel.

2) Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dibutuhkan untuk mengukur kuesioner apakah terbebas dari kesalahan. Pengujian menggunakan SPSS dengan menggunakan uji statistic Cronbach Alpha (α), variabel disebut reliabel jika nilai Cronbach Alpha (α) melebihi 0,60. Hasil uji reliabilitas terdapat di tabel berikut ini:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha Coefficient (α)	Cronbach Alpha (α)	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,731	0,60	Reliabel
Promosi (X2)	0,725	0,60	Reliabel
Lingkungan Sosial (X3)	0,744	0,60	Reliabel
Minat Santri Menggunakan Bank Syariah (Y)	0,749	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan data yang sudah diolah, bisa disimpulkan jika seluruh item pertanyaan kuesioner bisa dikatakan reliabel. Hal ini dikarenakan nilai α lebih besar dari 0,60. Item-item di setiap variabel tersebut sudah layak untuk dijadikan alat ukur.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuan uji ini adalah menguji model regresi variabel dependen dan indenpenden apakah terdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS for windows dengan statiztic Kolmogorov-Smirnov Test (K-S). Pengukuran yang digunakan ialah dengan membandingkan nilai Asymp.Sig (2-Tailed) dengan nilai alpha yang ditentukan sebesar 0,05 atau 5%. Apabila Asymp-Sig > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut terdistribusi normal. Berikut merupakan hasil dari uji normalitas sebagaimana dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas

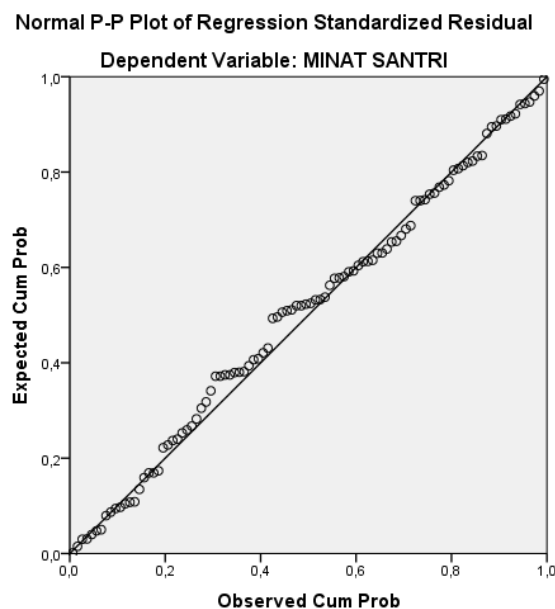
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,14496190
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,035

	Negative	-,073
Kolmogorov-Smirnov Z		,732
Asymp. Sig. (2-tailed)		,658

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Dari tabel dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas berdistribusi normal. Hal ini diketahui dari nilai Asymp.Sig (2-Tailed) adalah 0,658 yang artinya $> 0,05$, sehingga bisa diambil kesimpulan jika data penelitian ini berdistribusi normal. Data bisa disebut berdistribusi normal apabila titik menyebar mengikuti arah garis diagonal dan disekitar garis diagonal. Uji normalitas kedua memakai uji grafik P-Plot untuk mengetahui data berdistribusi normal ataupun tidak. Berikut ini adalah hasil Uji Normalitas P-Plot sebagaimana dalam grafik 4.2. sebagai berikut:

Gambar 4. 1. Grafik P-Plot



Berdasarkan hasil uji dengan grafik P-plot, diketahui pola menunjukkan penyebaran titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garisnya mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas atau data menunjukkan pola distribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menguji model regresi apakah memiliki korelasi diantara variabel bebas (independen). Model bisa disebut baik jika tidak terdapat korelasi diantara variabel. Nilai yang sering digunakan untuk menunjukkan ada tidaknya gejala multikolinieritas yaitu nilai tolerance tidak

kurang dari 0,1 dan nilai VIF tidak melebihi 10, hal ini menunjukkan jika model terbebas dari multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	-2.519	2.670		-.943	.348		
PENGETAHUAN	.598	.109	.397	5.471	.000	.651	1.536
PROMOSI	.055	.074	.046	.735	.464	.891	1.123
LINGKUNGAN SOSIAL	.777	.104	.520	7.490	.000	.712	1.404

a. Dependent Variable: MINAT

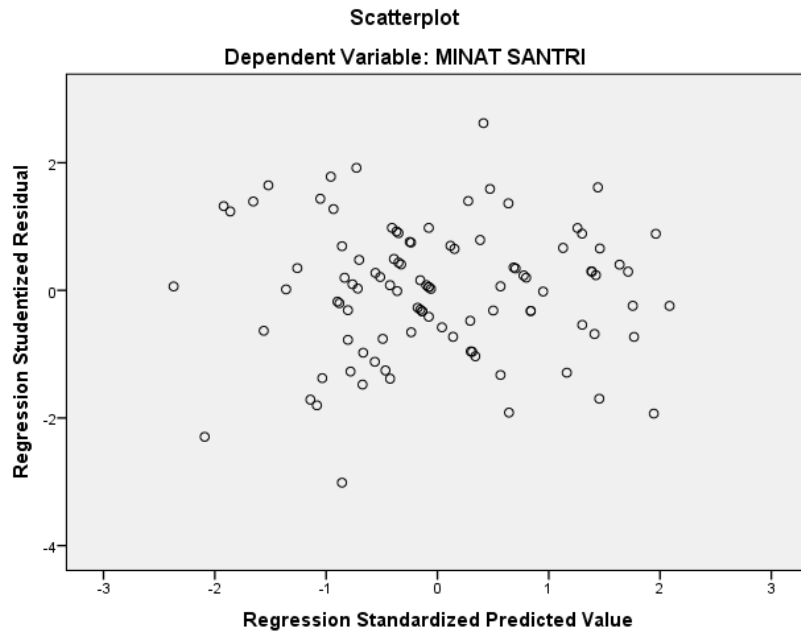
Tabel diatas menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan nilai tolerance variabel Pengetahuan sebesar 0,651 dengan nilai VIF 1,536, nilai tolerance variabel Promosi sebesar 0,891 dengan nilai VIF 1,123, dan nilai tolerance variabel Lingkungan Sosial sebesar 0,712 dengan nilai VIF 1,404. Dengan demikian, berdasarkan ketentuan pengujian, jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 ($>0,1$) dengan nilai VIF kurang dari 10 (<10) model regresi tidak terdapat gejala multikolinieritas, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terlihat adanya gejala multikolinieritas antar variabel independen.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk menguji heteroskedastisitas, yaitu diantaranya menggunakan Grafik Plot, Uji Park, dan Uji Glejser, dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara uji Grafik Plot.

Uji grafik Plot dapat ditentukan dengan catatan bahwa jika data menyebar secara acak dibawah dan diatas angka nol dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Adanya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan cara melihat grafik Plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas sebagaimana dalam grafik sebagai berikut :

Gambar 4. 2. Grafik Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji Heteroskedastisitas dengan grafik scatterplots, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol dan tidak membentuk pola tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X terhadap satu variabel dependen Y. Berikut merupakan hasil uji regresi linier berganda sebagaimana dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.519	2.670		-.943	.348		
	PENGETAHUAN	.598	.109	.397	5.471	.000	.651	1.536
	PROMOSI	.055	.074	.046	.735	.464	.891	1.123
	LINGKUNGAN							
	SOSIAL	.777	.104	.520	7.490	.000	.712	1.404

a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -2,519 + 0,598 X1 + 0,055 X2 + 0,777 X3 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linier berganda ialah sebagai berikut:

a. Konstanta

Jika Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial (variabel independen) nol, maka nilai Minat Santri Untuk menggunakan Bank Syariah (variabel dependen) adalah -2,519.

b. Pengetahuan (X1) terhadap Minat Santri Untuk menggunakan Bank Syariah (Y)

Nilai koefisien regresi variabel X1 bernilai positif yaitu sebesar 0,598, artinya jika variabel Pengetahuan mengalami peningkatan sebesar 1 maka Minat Santri Untuk menggunakan Bank Syariah sebesar 0,589

c. Promosi (X2) terhadap Minat Santri Untuk menggunakan Bank Syariah (Y)

Nilai koefisien regresi variabel Promosi (X2) sebesar 0,055, artinya jika variabel Promosi mengalami peningkatan sebesar 1 maka akan menyebabkan kenaikan Minat Santri Untuk menggunakan Bank Syariah sebesar 0,055. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa nilai Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Santri Untuk menggunakan Bank Syariah

d. Lingkungan Sosial (X3) terhadap Minat Santri Untuk menggunakan Bank Syariah (Y)

Nilai koefisien regresi variabel Lingkungan Sosial (X3) sebesar 0,777, artinya jika variabel Lingkungan Sosial mengalami peningkatan sebesar 1 maka akan menyebabkan kenaikan Minat Santri Untuk menggunakan Bank Syariah sebesar 0,777. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa nilai Lingkungan Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Santri Untuk menggunakan Bank Syariah.

4.2.5. Uji Hipotesis

Pembuktian dalam uji hipotesis dilakukan dengan cara menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisiensi Determinasi (Uji R²), Uji Pengaruh Parsial (Uji T), dan Uji Pengaruh Silmutan (Uji F).

1) Uji Koefisien Determiasi (R²)

Uji ini digunakan untuk mengukur kemampuan model menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi diantara 0 dan 1. Nilai R² jika mendekati satu maka menunjukkan jika berarti variabel independen bisa memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksikan variasi variabel dependen. Nilai R² yang semakin kecil menunjukkan jika

kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangatlah terbatas. Uji R² bisa menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Berikut ini adalah hasil Uji Koefisien Determinasi di tabel berikut :

Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,819 ^a	,671	,660	2,178	2,086

a. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN SOSIAL, PROMOSI, PENGETAHUAN

b. Dependent Variable: MINAT SANTRI

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa R square (R²) sebesar 0,671 atau 67,1% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial terhadap variabel Minat Santri untuk Menggunakan Bank Syariah sebesar 67,1%, dan sisanya sebesar 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

2) Uji Parsil (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui secara individual pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan 4 variabel dengan 100 responden. Untuk mengetahui t tabel menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}
 Df &= n - k \\
 &= 100 - 4 \\
 &= 96
 \end{aligned}$$

Dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%), maka nilai t tabel sebesar 1,661. Adapun hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 10 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,519	2,670		-,943	,348

PENGETAHUAN	,598	,109	,397	5,471	,000
PROMOSI	,055	,074	,046	,735	,464
LINGKUNGAN SOSIAL	,777	,104	,520	7,490	,000

a. Dependent Variable: MINAT SANTRI

Berdasarkan tabel hasil Uji T, secara terperinci dihasilkan pengujian sebagai berikut:

a) Uji variabel pengetahuan

Variabel pengetahuan memiliki t hitung 5,471 > t tabel 1,661 dan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan variabel pengetahuan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel minat santri untuk menggunakan Bank Syariah.

b) Uji t variabel promosi

Variabel promosi memiliki t hitung 0,735 < t tabel 1,661 dan signifikansi 0,464 > 0,05. Dapat disimpulkan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan Bank Syariah.

c) Uji t variabel lingkungan sosial

Variabel lingkungan sosial memiliki t hitung 7,490 > t tabel 1,661 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan variabel lingkungan sosial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel minat santri untuk menggunakan Bank Syariah.

3) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji signifikan pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui makna nilai F-test dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$). Apabila $F < 0,05$ atau apabila F hitung > F tabel, maka hipotesis H_0 ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 11 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	927,825	3	309,275	65,184	,000 ^b
Residual	455,485	96	4,745		
Total	1383,310	99			

a. Dependent Variable: MINAT SANTRI

b. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN SOSIAL, PROMOSI, PENGETAHUAN

Sebelum menyimpulkan hasil uji f terlebih dahulu mencari f tabel dalam tabel f (terlampir) dengan rumus:

$$Df1 = k - 1$$

$$= 4 - 1 = 3$$

$$Df2 = n - k$$

$$= 100 - 4 = 96$$

Maka nilai f tabelnya adalah 2,70.

Berdasarkan data yang telah diolah diatas dapat disimpulkan bahwa nilai f hitung $65,184 > 2,70$ dengan probabilitas $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Santri untuk menggunakan Bank Syariah.

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

Uji Validitas

dari ringkasan hasil uji validitas diketahui bahwa keseluruhan indikator masing-masing variabel dinyatakan valid karena diperoleh r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian item pernyataan pada variabel pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial adalah valid. Maka dapat diartikan pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid dan data yang dihasilkan dapat digunakan untuk pengujian yang selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Dari tabel uji reliabilitas dapat diketahui bahwa dari seluruh variabel (diantaranya pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial) yang dipakai dalam penelitian ini adalah reliabel, karena nilai koefisien alfa yang diperoleh di atas 0,06 yang berarti pada pengujian ini adalah reliabel. Dengan hasil yang demikian, maka pengujian selanjutnya dapat dilakukan karena sudah memenuhi syarat instrument yang reliabel.

Uji Normalitas

Dari hasil pengujian normalitas dengan uji *Kolmogorov Smirnov* diketahui bahwa nilai signifikansi asumsi ialah $0,658 > 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

dari hasil pengujian yang menganalisis nilai toleransi dan VIF, dapat diketahui bahwa nilai toleransi yang diperoleh ketiga variabel $>$ 0,1 sementara nilai VIF yang didapat ketiga variabel $<$

10, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terbebas dari multikolinieritas atau tidak ada korelasi yang kuat antara variabel pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial.

Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas terdapat pada gambar scatterplot yang menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dari interpretasi persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

$$Y = -2,519 + 0,589X_1 + 0,055X_2 + 0,777X_3 + e$$

Y = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang berfungsi sebagai variabel terikat ialah minat santri menggunakan bank Syariah yang nilainya akan diprediksi oleh pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial.

$a = -2,519$ adalah nilai konstanta, yang merupakan estimasi dari minat santri. Apabila variabel bebas diasumsikan sama dengan 0, maka nilai minat santri untuk menggunakan bank syariah adalah -2,519.

$b_1 = 0,598$ adalah koefisien variabel pengetahuan. Hasil ini menunjukkan bahwa jika pengetahuan mengalami peningkatan maka Minat Santri Untuk menggunakan Bank Syariah semakin tinggi.

$b_2 = 0,055$ adalah koefisien variabel promosi. Hasil ini menunjukkan bahwa jika tingkat pengetahuan yang dialami santri semakin tinggi maka minat santri untuk menggunakan bank syariah semakin tinggi.

$b_3 = 0,777$ adalah koefisien variabel lingkungan sosial. Hasil ini menunjukkan bahwa jika lingkungan sosial di pesantren semakin baik, maka minat santri untuk menggunakan bank syariah semakin baik.

e = merupakan nilai residual atau kemungkinan kesalahan dari model persamaan yang dihasilkan, karena dimungkinkan adanya kemungkinan variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat santri menggunakan bank syariah tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan regresi dari penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa R square (R^2) sebesar 0,671 atau 67,1% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variable Pengetahuan,

Promosi, dan Lingkungan Sosial terhadap variabel Minat Santri untuk Menggunakan Bank Syariah sebesar 67,1%, dan sisanya sebesar 32,9% dipengaruhi oleh variable lain di luar model.

Uji T (Parsial)

1. Hasil pengujian variabel pengetahuan terhadap minat santri diketahui bahwa nilai t hitung 5,471 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan Bank Syariah.
2. Hasil pengujian variabel promosi terhadap minat santri diketahui bahwa nilai t hitung 0,735 < t tabel 1,661 dan signifikansi sebesar $0,464 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan Bank Syariah.
3. Hasil pengujian variabel lingkungan sosial terhadap minat santri memiliki t hitung 7,490 > t tabel 1,661 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat santri untuk menggunakan Bank Syariah.

Uji F (Simultan)

Uji f menghasilkan nilai f hitung $65,184 > 2,70$ dengan probabilitas $0,000 < 0,05$ didapatkan semua variabel independen secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial terhadap minat santri untuk menggunakan Bank Syariah pada Pondok Pesantren At-Taslim di Demak. Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 5,471 sedangkan nilai t tabel 1,661 dapat disimpulkan bahwa $t \text{ hitung } 5,471 > 1,661$ dan nilai signifikasinya adalah 0,000 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, artinya semakin santri mengetahui keberadaan bank syariah sebagai bank bebas bunga, semakin tinggi pula minat santri untuk menggunakan bank syariah.
2. Variabel promosi tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan bank Syariah dengan nilai t hitung sebesar 0,735 sedangkan nilai t tabel 1,661, maka dapat disimpulkan bahwa $t \text{ hitung } 0,735 < 1,661$ dan nilai signifikansinya adalah 0,464 dimana nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya promosi yang dilakukan oleh bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah.
3. Variabel lingkungan sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah dengan nilai t hitung 7,490 sedangkan nilai t tabel 1,661, dapat disimpulkan bahwa $t \text{ hitung } 7,490 > 1,661$ dan nilai signifikansinya adalah 0,000 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 artinya semakin banyak teman-teman atau keluarga yang menggunakan bank syariah maka semakin tinggi minat santri untuk menggunakan bank syariah.
4. Semua variabel independen secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat santri untuk menggunakan bank syariah. Dapat dilihat dari Uji f menghasilkan nilai f hitung $65,184 > 2,70$ dengan probabilitas $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Bersadarkan penelian yang telah dikemukakan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya dengan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yaitu:

1. Bagi para peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah beberapa variabel lain. Hal ini dapat lebih menjelaskan mengenai minat santri dalam menggunakan bank syariah.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas sampel yang digunakan sehingga hasil penelitian yang diperoleh akan lebih mewakili populasi yang ada.

3. Penelitian yang mendatang disarankan menggunakan metode penelitian yang lain untuk memperoleh data yang lebih akurat.

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini telah dilaksanakan dan memperoleh hasil sesuai penjelasan pada bab sebelumnya. Akan tetapi masih ada beberapa keterbatasan seperti berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya tiga variabel independen yaitu pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial. Sehingga masih terdapat variabel-variabel independen lainnya yang mungkin mempengaruhi minat santri untuk menggunakan bank syariah.
2. Keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti, sehingga penelitian ini hanya dilakukan di pondok pesantren At-Taslim.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Antonio, M. S. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alfabeta.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamalik, O. 2001. *Proses Belajar dan Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Hasan, I. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: IKAPI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management (15th ed.)*. United States: Pearson Education.
- Purwanto, N. 2011. *Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Rosdakarya.
- Samsudin, A. 2017. *Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Tangerang*.
- Siregar. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono, H. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: EKONISIA.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wawan, D. 2011. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nusa Medika.

Jurnal:

- Al Azmi, A., & Fauzi, R. M. Q. 2015. *Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Di BNI Syariah KC. Rungkut Surabaya)*. JESIT, 2 (1).
- Andespa, R. 2017a. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*. Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan, 2(1).
- Andespa, R. 2017b. *Pengaruh Budaya dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah*. Maqdis :Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 2 (1).
- Arifin, A., & Khotimah, H. 2014. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*. In Seminar Nasional Dan Call For Paper.
- Christiyanto, W. W., & Astutik, M. 2018. *Sebuah Fenomena Bank Syariah di Kota Santri*. EKSIS, 13 (1).
- Fauzi, R. N. 2020. *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta)*. Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi, 9 (1).
- Fauzy, T. O., Purwadi, A., & Hakim, R. 2019. *Analisis Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah, 4 (2).

- Herawati, A., & Listyawati, L. 2017. *Faktor Penentu Keputusan Nasabah Muslim Dan Non Muslim Memilih Jasa Bank Syariah Di Surabaya*. Jurnal Ilmu Administrasi, XIV (2).
- Kementrian Agama. 2019. "Statistik Data Pondok Pesantren", <https://ditpdpontren.kemenag.go.id/pdpp/statistik>, diakses 28 September 2021
- Maghfiroh, S. 2018. *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat*. Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi, 7 (2).
- Marimin, A., Romdhoni, A. H., & Fitria, T. N. 2015. *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 1 (02).
- Meilani, A. 2017. *Persepsi Santri Terhadap Bank Syariah*. JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam), 2 (2).
- Nisak, A., Saryadi, & Suryoko, S. 2013. *Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syari'ah Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 2 (1).
- Nurcholifah, I. 2014. *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*. Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies, 4 (1).
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. 2017. *Pengaruh Komunikasi Sosial Media Terhadap Persepsi Konsumen Pada Produk Kosmetik Halal*. Jurnal Among Makarti, 10 (9).
- Ramadhani, N. Ik., Susyanti, J., & ABS, M. K. 2019. *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang*. E-Jurnal Riset Manajemen.
- Rasyid, M., & Saidiah, H. 2016. *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru*. Islaminomic, 7 (2).
- Rizky, M. F., & Yasin, H. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan OBAMA PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. Jurnal Manajemen & Bisnis, 14 (02).
- Sari, F. N., & Anwar, M. K. 2018. *Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah*. Jurnal Ekonomi Islam, 1 (1).
- Sari, Y., Sumarwan, U., & Hosen, M. N. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Preferensi Etnis Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Indonesia*. AlMuzara'ah, 3 (1).
- Siregar, B. G. 2018. *Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*. TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman, 04 (1).
- Sunardi, & Maftukhah, A. 2015. *Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan. Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan)*. Islaminomic, 6 (2).
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. 2017. *Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok*. ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam, 8 (1).
- Usman, M. I. 2013. *Pesantren sebagai Lembaga Pendidikan Islam (Sejarah Lahir, Sistem Pendidikan, dan Perkembangannya Masa Kini)*. Jurnal Al Hikmah, XIV (1).
- Yumanita, D., & Ascarya. 2005. *Bank Syariah: Gambaran Umum (14th ed.)*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.

Yupitri, E., & Sari, R. L. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nonmuslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan*. *Ekonomi Dan Keuangan*, 1 (1).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

“PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT SANTRI UNTUK MENGGUNAKAN BANK SYARIAH PADA PONDOK PESANTREN AT-TASLIM”

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Isilah data diri Bapak/Ibu/Saudara/i sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.
2. Berilah tanda *checklist* (v) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia berdasarkan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i. Angka tersebut menunjukkan tingkat kesetujuan Bapak/Ibu/Saudara/i terhadap pernyataan yang diajukan. Berilah penilaian jawaban dari setiap pernyataan kuesioner ini dengan nilai mulai dari angka 1-5, dengan **asumsi angka 1 yaitu sangat tidak setuju** sampai **angka 5 yaitu sangat setuju**.

Keterangan :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
 2. Tidak Setuju (TS)
 3. Kurang Setuju (KS)
 4. Setuju (S)
 5. Sangat Setuju (SS)
3. Diharap untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Alamat Asal :

Apakah anda memiliki rekening Bank Syariah?

a. Tidak, Alasan :

b. Ya, (Sebutkan nama bank) :

B. INSTRUMEN VARIABEL PENGETAHUAN

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

1	Saya mengetahui akad-akad yang digunakan bank syariah dalam produknya					
2	Saya mengetahui bagi hasil di bank syariah lebih menguntungkan					
3	Saya mengetahui bank syariah menjauhi riba dan perbuatan dzalim					
4	Saya mengetahui produk-produk bank syariah dapat memberikan manfaat secara optimal					
5	Saya merasa puas dengan bank syariah karena produk yang ditawarkan sesuai kebutuhan					
6	Saya mengetahui perbedaan bank konvensional dengan bank syariah dalam melakukan transaksi					

C. INSTRMEN VARIABEL PROMOSI

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Adanya brosur produk yang ditawarkan bank syariah					
2	Bank syariah memasang spanduk di lokasi tertentu					
3	Bank syariah melakukan promosi melalui iklan televisi					
4	Bank syariah memberikan hadiah atau cinderamata					
5	Bank syariah memberikan dorongan kepada anda untuk menggunakan produknya					
6	Bank syariah mengikuti kegiatan pameran					
7	Bank syariah mengikuti kegiatan-kegiatan amal di lingkungan sekitar					
8	Karyawan bank syariah menginformasikan kepada anda mengenai bank syariah					

D. INSTRUMEN VARIABEL LINGKUNGAN SOSIAL

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya selalu mendengarkan dan mematuhi perintah orangtua					
2	Keluarga saya sangat berminat menggunakan jasa dan layanan bank syariah					
3	Teman-teman di sekolah/madrasah selalu mendukung saya agar tertarik menggunakan bank syariah					
4	Dosen/Guru/Ustadz/Pengajar lainnya selalu memotivasi saya agar menggunakan bank syariah					
5	Teman saya di pondok banyak yang tertarik menggunakan bank syariah					
6	Saya tinggal di lingkungan yang banyak menggunakan bank syariah					

E. INSTRUMEN VARIABEL MINAT

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya sering mengikuti perkembangan bank syariah dari tahun ke tahun					
2	Saya senang dengan produk dan layanan bank syariah					
3	Saya tertarik dengan sistem bebas dari bunga bank					
4	Saya tertarik dengan fasilitas pembiayaan yang disediakan bank syariah					
5	Saya akan menggunakan bank syariah karena fasilitas pembiayaan yang disediakan bank syariah tidak membebani nasabah					
6	Saya akan menabung di bank syariah karena menggunakan sistem bagi hasil					
7	Saya memutuskan untuk menggunakan bank syariah karena ingin menjauhkan diri dari riba					

8	Saya menggunakan bank syariah karena lebih menguntungkan daripada bank konvensional					
---	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2. Daftar Identitas Responden

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Alamat Asal
Afifah Husnun F.	Perempuan	14	Jepara
Harizatus Zakiyyah	Perempuan	15	Demak
Dewi Antika Ismiasih	Perempuan	15	Demak
Faraida Izza Nailul A.	Perempuan	13	Demak
Muhammad Ilyas	Laki-laki	15	Demak
Faqih Dhiyauddin	Laki-laki	19	Pati
Mas'udah	Perempuan	26	Demak
Diah Lestari	Perempuan	16	Demak
Nurul Asror	Laki-laki	20	Demak
Elva Eriya Ilma	Perempuan	19	Demak
Ahsan Fahmi	Laki-laki	24	Demak
Mafaza Nabila	Perempuan	17	Semarang
Siti Uswatun Chasanah	Perempuan	17	Demak
Nikmatun Nisa'	Perempuan	16	Puwodadi
Hasna Zhafira O.	Perempuan	17	Demak
Alfiya Ilfa	Perempuan	17	Demak
Jesica Gita Sonia	Perempuan	16	Demak
Zahrotun Nasihah	Perempuan	18	Demak

Ervan Maulana	Laki-laki	17	Demak
Mulkiya Bilqis Kholid	Perempuan	20	Demak
Arina Alawiyah	Perempuan	18	Kendal
Tiya Ulfatul Fauziah	Perempuan	18	Demak
Arif Muadim	Laki-laki	21	Demak
Diky Kurnia Sandi	Laki-laki	18	Pati
Halimah	Perempuan	21	Demak
Nur Ikhsan	Laki-laki	22	Demak
Nurul Aulia Istiqomah	Perempuan	19	Demak
Pradisasta Larasita	Perempuan	16	Jepara
Aulia Cahya K.	Perempuan	16	Semarang
Rossa Kamila	Perempuan	18	Demak
Himdy Aldina	Perempuan	17	Demak
Nur Aghni Fithnatun N.	Perempuan	17	Demak
Ahmad Fakhrudin	Laki-laki	22	Demak
Abdul Azis	Laki-laki	21	Demak
Rahma Aulia Fridanti	Perempuan	18	Kudus
Maula Shinta Rizqia	Perempuan	18	Demak
Khoirul Anam	Laki-laki	20	Demak
Syukrotus Sa'diyati	Perempuan	19	Demak
Syafi'i Hanan	Laki-laki	23	Demak
Nadya Falahatul Aulia	Perempuan	19	Semarang
Dewi Ratna Ayu L.	Perempuan	18	Demak
Syahrin Mala'a Rahma	Perempuan	15	Demak

Maulida Rosyidah	Perempuan	18	Jepara
Dwi Wahyuni	Perempuan	19	Demak
Ibnu Hasan	Laki-laki	17	Demak
Faris Hardiyanto	Laki-laki	25	Demak
Siti Mustika	Perempuan	22	Demak
Hamidatun Nafisah	Perempuan	18	Demak
Muhammad Fuad	Laki-laki	17	Demak
Rahmah Faelakh Sofa	Perempuan	17	Kudus
Ahmad Muhlasin	Laki-laki	23	Demak
Nora Anggun S. D.	Perempuan	16	Demak
Nailul Khoirinni'mah	Perempuan	17	Demak
Nila Shofwatul Muna	Perempuan	16	Demak
Andre Saputra	Laki-laki	19	Demak
Ilham Mahmud	Laki-laki	18	Demak
Muyasaroh	Perempuan	26	Demak
Abidatus Saidah	Perempuan	22	Demak
Ana Kholifah	Perempuan	21	Demak
Evi Faturrohmah	Perempuan	22	Jepara
Zumrotun Nafiah	Perempuan	21	Demak
Devi Ariyanti	Perempuan	21	Demak
Indah Puspita Sari	Perempuan	22	Demak
Farid Ali Syahril K.	Laki-laki	17	Semarang
Siti Rif'atin	Perempuan	18	Demak
Diah Ayu Prawesti	Perempuan	20	Demak

Dina Hudaya	Perempuan	17	Demak
Nurul Fajri	Laki-laki	19	Demak
Eni Salafiyatin	Perempuan	22	Demak
Qomariyah	Perempuan	23	Demak
Laelatul Faizah	Perempuan	21	Demak
Dewi Fatimah	Perempuan	21	Purwodadi
Eka Yuni Rismayanti	Perempuan	22	Demak
Ika Muflikhatun Indah	Perempuan	21	Demak
Amirul Mukminin	Laki-laki	24	Demak
Nurul Khanifah	Perempuan	22	Demak
Novita Ariviana	Perempuan	17	Demak
Alfiatur Rohmaniah	Perempuan	21	Jepara
Dina Maulul Husna	Perempuan	21	Demak
Intan Ayu Pratiwi	Perempuan	22	Demak
Laily Faizur Rohmah	Perempuan	23	Kendal
Indah Wulan Sari	Perempuan	21	Semarang
Lilis Meilia	Perempuan	22	Demak
Anita Fauzia R.	Perempuan	17	Demak
Elyana Kusuma D.	Perempuan	22	Demak
Siti Musdalifah	Perempuan	23	Demak
Nafis Syaifa Zuhrika	Perempuan	17	Demak
Rofiqotul Ulya	Perempuan	18	Demak
Inayatul Maslahah	Perempuan	23	Demak
Candra Puspita Y.	Perempuan	16	Demak

Ulfiyatul Ainiyah	Perempuan	19	Pati
Nikmatu Sa'diyah	Perempuan	22	Demak
Muhammad Ismail	Laki-laki	27	Demak
M. Andre Yahya	Laki-laki	17	Semarang
Nia Amalina	Perempuan	21	Demak
Ulul Aula	Perempuan	16	Demak
Mega Wati Dewi	Perempuan	16	Jepara
Nur Hayati	Perempuan	23	Demak
Dini Anggraeni	Perempuan	17	Demak
Fatimatuz Zahro	Perempuan	17	Demak

Lampiran 3. Rekap Data Kuesioner Penelitian

1) X1. Pengetahuan

X1 Pengetahuan							
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
1	3	2	3	4	3	4	19
2	2	3	3	4	3	4	19
3	4	3	3	4	4	4	22
4	4	2	3	4	3	3	19
5	2	4	4	3	4	4	21
6	2	4	4	3	3	4	20
7	4	3	3	4	4	3	21
8	3	4	3	4	4	4	22
9	3	4	4	3	3	4	21
10	3	4	4	3	4	3	21
11	4	3	3	3	4	3	20

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

44	3	3	4	4	3	3	20
45	2	3	4	4	3	3	19
46	2	3	4	3	4	4	20
47	3	3	5	5	3	4	23
48	3	3	4	4	3	3	20
49	4	4	3	4	3	3	21
50	4	4	5	4	4	3	24
51	4	5	5	5	4	5	28
52	4	3	3	4	3	3	20
53	4	4	3	3	4	3	21
54	3	3	4	3	4	4	21
55	4	4	4	4	4	4	24
56	3	3	4	4	3	3	20
57	2	2	4	3	4	4	19
58	5	4	3	4	4	4	24
59	5	4	3	4	4	4	24
60	4	5	4	4	4	5	26
61	3	3	4	2	2	4	18
62	4	5	5	5	4	5	28
63	4	4	4	3	3	4	22
64	3	4	4	4	4	4	23
65	5	4	4	4	4	4	25
66	5	5	4	4	4	4	26
67	5	4	5	3	4	4	25
68	4	4	4	4	3	3	22
69	4	4	5	4	4	4	25
70	4	4	5	4	4	4	25
71	3	4	4	3	3	3	20
72	4	4	4	4	3	4	23
73	3	4	4	3	3	3	20
74	4	5	4	4	4	4	25
75	4	5	5	4	4	4	26

76	3	4	3	3	3	2	18
77	4	5	5	4	4	5	27
78	5	4	4	5	4	4	26
79	4	5	5	4	5	3	26
80	3	3	4	3	3	3	19
81	4	4	4	4	3	3	22
82	4	3	4	3	4	3	21
83	4	3	3	4	3	3	20
84	3	2	4	3	3	2	17
85	5	4	4	3	4	3	23
86	4	3	3	4	4	4	22
87	4	3	2	3	3	4	19
88	3	3	4	3	4	3	20
89	4	4	5	4	4	4	25
90	4	3	4	2	4	2	19
91	3	2	4	3	3	4	19
92	4	3	4	4	3	3	21
93	4	2	3	3	4	3	19
94	4	3	3	3	3	2	18
95	3	4	4	3	4	3	21
96	3	3	3	4	3	4	20
97	4	4	3	3	4	4	22
98	3	4	4	3	2	3	19
99	3	3	3	3	4	4	20
100	4	4	3	3	3	4	21

2) **X2. Promosi**

X2 Promosi									
No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
1	3	3	3	3	4	3	3	4	26
2	2	2	3	4	4	4	3	3	25

3	2	3	4	4	4	4	2	4	27
4	3	4	4	4	3	3	4	4	29
5	4	4	4	3	4	4	4	2	29
6	4	4	4	3	4	5	5	4	33
7	2	3	3	3	4	3	3	4	25
8	4	4	4	3	3	4	4	4	30
9	4	4	3	3	4	4	3	4	29
10	4	4	4	3	3	4	4	4	30
11	2	2	4	4	4	4	4	4	28
12	4	4	4	4	3	2	4	3	28
13	4	3	4	4	3	4	3	4	29
14	4	4	4	4	4	4	3	4	31
15	4	4	3	3	4	4	3	4	29
16	4	4	3	3	4	4	4	3	29
17	4	3	4	3	4	4	4	2	28
18	4	3	4	4	4	4	3	3	29
19	4	4	4	3	3	4	4	4	30
20	2	3	3	3	4	3	3	4	25
21	4	4	4	3	3	4	3	3	28
22	3	2	4	4	3	2	4	4	26
23	4	3	3	5	5	5	5	5	35
24	3	3	4	4	4	4	4	4	30
25	4	3	3	3	4	4	4	4	29
26	4	4	4	4	3	4	3	2	28
27	2	2	3	3	4	3	3	3	23
28	2	2	3	3	4	3	3	3	23
29	4	4	3	3	4	5	5	3	31
30	4	4	3	3	4	4	4	3	29
31	4	4	4	4	3	5	5	4	33
32	5	3	5	4	4	3	5	5	34
33	4	3	4	5	4	3	5	3	31
34	4	3	4	3	3	3	4	4	28

35	5	4	5	4	4	3	5	4	34
36	4	4	4	3	2	4	3	4	28
37	4	4	4	5	4	4	4	4	33
38	2	4	4	4	2	4	3	3	26
39	4	4	4	3	4	4	4	2	29
40	2	2	3	4	4	4	4	4	27
41	4	4	4	3	4	4	4	2	29
42	4	3	2	2	2	4	4	2	23
43	3	2	4	4	4	3	3	4	27
44	5	4	5	5	4	5	5	5	38
45	3	4	3	4	5	5	4	4	32
46	4	4	4	4	4	4	4	2	30
47	3	4	4	5	4	5	5	4	34
48	2	4	4	3	3	4	4	3	27
49	3	3	3	2	4	2	3	3	23
50	4	3	3	4	4	3	4	4	29
51	5	4	3	4	3	4	3	4	30
52	4	4	3	3	3	3	4	4	28
53	4	4	3	3	3	3	4	4	28
54	3	3	4	3	3	3	4	4	27
55	3	3	3	3	3	3	4	4	26
56	3	4	4	4	4	4	4	4	31
57	3	4	3	4	4	4	3	3	28
58	4	3	2	4	4	4	3	3	27
59	5	3	3	5	5	4	5	3	33
60	5	3	3	5	4	5	5	5	35
61	3	3	2	2	3	3	3	3	22
62	4	4	4	4	4	4	4	5	33
63	2	3	2	2	3	3	3	4	22
64	4	4	4	3	4	4	4	4	31
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	4	4	4	4	4	4	4	3	31

67	4	4	4	3	4	4	4	4	31
68	4	4	4	4	3	4	2	4	29
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	4	3	3	3	4	3	4	4	28
71	3	4	4	3	3	3	4	3	27
72	4	2	3	3	4	3	4	4	27
73	2	3	3	3	3	3	4	3	24
74	4	4	3	4	4	3	4	4	30
75	4	4	4	4	4	3	4	4	31
76	3	2	3	2	4	2	4	4	24
77	4	4	4	3	4	4	4	4	31
78	4	4	4	4	4	3	4	4	31
79	4	3	3	3	3	2	3	3	24
80	3	3	4	3	3	2	3	3	24
81	4	5	5	4	4	4	3	2	31
82	4	3	3	5	3	4	5	4	31
83	4	5	5	4	3	3	5	4	33
84	4	4	5	5	3	3	4	5	33
85	5	4	3	3	4	4	4	3	30
86	4	4	5	5	4	3	4	4	33
87	3	3	4	4	3	3	3	4	27
88	5	4	4	3	3	3	4	4	30
89	5	4	4	5	4	4	5	4	35
90	4	3	3	4	3	3	2	4	26
91	4	4	3	4	4	3	4	4	30
92	4	4	3	3	4	4	3	4	29
93	5	3	4	2	4	3	3	4	28
94	4	3	4	4	4	4	3	4	30
95	4	3	4	4	4	3	4	4	30
96	3	3	4	4	4	3	4	4	29
97	4	3	4	4	3	3	4	4	29
98	5	4	4	4	3	3	4	4	31

99	4	4	4	3	3	4	2	4	28
100	3	3	4	3	4	3	4	4	28

3) X3. Lingkungan Sosial

X3 Lingkungan Sosial							
No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
1	5	4	4	4	3	3	23
2	4	3	2	3	3	4	19
3	5	4	4	4	4	2	23
4	4	3	3	4	4	3	21
5	4	4	3	4	4	4	23
6	5	4	4	4	4	4	25
7	5	3	4	4	4	4	24
8	5	4	4	4	4	4	25
9	4	4	3	3	4	3	21
10	5	4	4	4	4	4	25
11	5	4	3	3	4	3	22
12	4	3	3	4	4	4	22
13	5	4	3	3	4	4	23
14	5	4	3	2	4	4	22
15	5	4	3	2	4	4	22
16	5	4	4	3	4	3	23
17	5	4	4	3	4	3	23
18	4	3	2	3	4	4	20
19	5	4	4	4	4	4	25
20	5	4	3	3	3	2	20
21	5	4	2	3	3	3	20
22	5	4	3	2	3	4	21
23	5	5	4	4	3	3	24
24	4	3	3	4	4	3	21

25	5	4	3	3	4	3	22
26	5	3	3	2	3	4	20
27	4	3	3	4	4	2	20
28	4	3	3	4	4	3	21
29	4	4	3	4	4	4	23
30	5	4	3	4	4	4	24
31	4	3	3	3	2	2	17
32	5	4	4	4	4	4	25
33	5	3	3	5	2	2	20
34	5	4	4	4	3	3	23
35	5	4	3	4	5	5	26
36	4	4	3	3	4	3	21
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	3	3	3	3	1	17
39	4	4	3	4	4	4	23
40	4	4	3	3	2	3	19
41	4	4	3	4	4	4	23
42	5	5	4	4	4	4	26
43	4	4	3	3	4	3	21
44	5	3	3	3	4	3	21
45	4	3	3	3	4	4	21
46	4	3	2	2	2	2	15
47	5	3	2	2	3	3	18
48	5	4	4	3	3	3	22
49	4	3	3	2	4	2	18
50	4	3	3	4	3	3	20
51	4	4	4	5	4	3	24
52	4	3	3	4	3	3	20
53	4	4	3	3	4	4	22
54	3	4	3	4	2	3	19
55	5	5	5	5	3	3	26
56	4	3	3	3	4	3	20

57	4	2	3	3	2	4	18
58	5	3	3	3	3	5	22
59	5	4	4	3	4	3	23
60	3	5	5	4	5	4	26
61	4	2	3	3	2	2	16
62	5	3	3	5	3	3	22
63	5	4	4	5	3	5	26
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	4	4	4	4	4	25
66	5	4	5	4	3	3	24
67	5	4	4	4	4	4	25
68	5	4	3	4	4	4	24
69	5	5	4	4	4	4	26
70	5	4	4	4	4	4	25
71	5	4	3	4	4	4	24
72	5	4	4	4	3	3	23
73	5	4	4	4	4	4	25
74	5	4	4	5	4	3	25
75	5	4	4	4	3	3	23
76	4	4	4	4	4	3	23
77	5	4	5	4	4	4	26
78	5	4	4	4	4	4	25
79	5	4	4	4	4	3	24
80	5	4	4	4	3	3	23
81	5	3	2	2	3	4	19
82	5	4	3	4	4	3	23
83	5	4	2	4	2	4	21
84	5	3	2	2	3	3	18
85	4	4	2	4	3	3	20
86	5	3	4	3	4	4	23
87	5	3	3	4	4	3	22
88	5	4	4	4	5	4	26

89	4	5	4	4	4	5	26
90	4	3	4	3	4	3	21
91	4	4	3	3	4	3	21
92	4	3	2	4	3	3	19
93	4	4	3	3	2	4	20
94	4	4	3	3	4	3	21
95	4	3	3	3	4	2	19
96	5	3	4	3	4	4	23
97	4	3	3	3	4	2	19
98	5	3	4	3	4	3	22
99	5	3	3	4	4	3	22
100	5	3	3	4	4	3	22

4) Y. Minat Santri Menggunakan Bank Syariah

Y. Minat Santri Menggunakan Bank Syariah									
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total
1	3	4	5	4	3	3	4	3	29
2	2	3	3	4	3	4	3	3	25
3	2	4	4	4	4	5	5	5	33
4	3	2	2	3	4	4	3	3	24
5	3	4	3	4	4	4	5	4	31
6	3	4	3	4	4	4	4	4	30
7	3	4	4	3	3	4	4	3	28
8	3	4	4	4	4	4	4	4	31
9	2	3	4	4	4	4	5	3	29
10	3	4	4	3	3	3	4	3	27
11	2	4	4	4	4	3	4	4	29
12	4	4	4	2	3	3	4	4	28
13	4	3	4	3	4	3	5	3	29
14	4	3	4	3	4	3	5	3	29

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

47	1	3	4	5	3	3	3	2	24
48	2	4	4	4	4	4	5	3	30
49	3	4	3	4	3	3	4	2	26
50	4	3	4	3	4	4	4	3	29
51	3	4	4	5	4	4	5	5	34
52	4	4	3	3	3	3	4	4	28
53	5	4	3	4	3	3	4	3	29
54	3	3	3	4	4	4	4	4	29
55	3	4	4	4	4	4	5	4	32
56	3	3	3	3	3	3	3	4	25
57	2	4	3	4	3	2	2	3	23
58	3	4	5	5	5	5	4	5	36
59	4	4	5	3	5	4	3	4	32
60	5	5	4	5	4	5	5	4	37
61	2	2	3	2	4	3	3	3	22
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	3	3	5	5	4	4	5	3	32
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	5	4	5	5	4	4	4	4	35
66	4	4	5	4	4	4	4	5	34
67	4	4	5	4	5	5	5	5	37
68	4	4	3	4	4	3	3	3	28
69	4	5	5	5	4	4	4	4	35
70	4	5	5	5	4	4	4	3	34
71	3	3	4	4	4	3	4	3	28
72	4	4	5	4	4	5	4	4	34
73	3	3	4	3	4	4	3	4	28
74	4	4	5	4	4	4	5	4	34
75	4	4	5	4	4	4	5	4	34
76	2	3	4	4	4	4	4	3	28
77	4	5	5	4	4	4	5	4	35
78	4	4	5	5	4	5	4	4	35

79	3	5	5	4	4	5	4	5	35
80	2	3	4	4	4	4	4	3	28
81	2	3	3	3	2	3	4	5	25
82	4	4	3	4	4	5	4	3	31
83	2	3	5	4	3	4	4	3	28
84	3	2	2	2	4	4	5	4	26
85	4	2	3	3	4	3	4	4	27
86	3	4	5	5	4	3	4	4	32
87	2	3	3	3	4	3	4	3	25
88	3	5	4	4	3	4	5	4	32
89	3	4	5	4	4	3	5	5	33
90	4	3	3	4	4	3	4	2	27
91	4	3	4	3	3	3	4	3	27
92	4	3	3	4	4	3	2	3	26
93	5	3	4	3	4	2	4	4	29
94	4	3	4	4	4	3	4	4	30
95	5	4	3	2	2	3	4	3	26
96	4	3	4	3	3	4	4	3	28
97	4	4	3	3	4	3	4	3	28
98	4	3	3	4	3	3	3	3	26
99	5	4	4	3	4	3	4	3	30
100	4	3	4	3	4	3	3	4	28

Lampiran 4. Uji Kelayan Data

1) Uji Validitas

a. Uji Validitas (X1) Pengetahuan

Correlations

								PENGET AHUAN
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		

X1.1	Pearson Correlation	1	.297**	.061	.260**	.289**	.059	.584**
	Sig. (2-tailed)		.003	.545	.009	.003	.558	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.297**	1	.360**	.200*	.258**	.299**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.046	.010	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.061	.360**	1	.111	.135	.127	.533**
	Sig. (2-tailed)	.545	.000		.273	.179	.207	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.260**	.200*	.111	1	.104	.317**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.009	.046	.273		.302	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.289**	.258**	.135	.104	1	.178	.536**
	Sig. (2-tailed)	.003	.010	.179	.302		.077	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.059	.299**	.127	.317**	.178	1	.550**
	Sig. (2-tailed)	.558	.002	.207	.001	.077		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PENGETA HUAN	Pearson Correlation	.584**	.723**	.533**	.548**	.536**	.550**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

b. Uji Validitas (X2) Promosi

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	PROM OSI
X2.1	Pearson Correlation	1	.450**	.244*	.216*	.071	.194	.342**	.128	.638**
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.031	.480	.053	.000	.206	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X2.2	Pearson Correlation	.450**	1	.376**	.118	-.116	.346**	.160	-.065	.530**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.244	.249	.000	.112	.520	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.244*	.376**	1	.388**	-.049	.039	.218*	.150	.543**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000		.000	.626	.702	.029	.137	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.216*	.118	.388**	1	.241*	.278**	.328**	.298**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.031	.244	.000		.016	.005	.001	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.071	-.116	-.049	.241*	1	.254*	.224*	.074	.361**
	Sig. (2-tailed)	.480	.249	.626	.016		.011	.025	.462	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.194	.346**	.039	.278**	.254*	1	.214*	.003	.536**
	Sig. (2-tailed)	.053	.000	.702	.005	.011		.033	.978	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.342**	.160	.218*	.328**	.224*	.214*	1	.181	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000	.112	.029	.001	.025	.033		.071	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.128	-.065	.150	.298**	.074	.003	.181	1	.410**
	Sig. (2-tailed)	.206	.520	.137	.003	.462	.978	.071		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PROM OSI	Pearson Correlation	.638**	.530**	.543**	.668**	.361**	.536**	.622**	.410**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

c. Uji Validitas (X3) Lingkungan Sosial

Correlations

							LINGKUNGAN SOSIAL
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	

X3.1	Pearson Correlation	1	.190	.264**	.067	.076	.196	.438**
	Sig. (2-tailed)		.058	.008	.507	.454	.051	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.190	1	.484**	.321**	.263**	.319**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.058		.000	.001	.008	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.264**	.484**	1	.451**	.324**	.168	.738**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.000	.001	.095	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.067	.321**	.451**	1	.137	.137	.600**
	Sig. (2-tailed)	.507	.001	.000		.176	.175	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.076	.263**	.324**	.137	1	.301**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.454	.008	.001	.176		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.196	.319**	.168	.137	.301**	1	.598**
	Sig. (2-tailed)	.051	.001	.095	.175	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
LINGKUNGAN SOSIAL	Pearson Correlation	.438**	.693**	.738**	.600**	.585**	.598**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

d. Uji Validitas (Y) Minat Santri Menggunakan Bank Syariah

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	MINAT	
Y1	Pearson Correlation	1	.286**	.181	.012	.156	-.045	.095	.183	.414**
	Sig. (2-tailed)		.004	.071	.903	.121	.658	.349	.068	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.286**	1	.422**	.476**	.274**	.396**	.280**	.345**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000	.006	.000	.005	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.181	.422**	1	.485**	.366**	.351**	.278**	.331**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.071	.000		.000	.000	.000	.005	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.012	.476**	.485**	1	.408**	.369**	.221*	.233*	.644**
	Sig. (2-tailed)	.903	.000	.000		.000	.000	.027	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.156	.274**	.366**	.408**	1	.425**	.293**	.374**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.121	.006	.000	.000		.000	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	-.045	.396**	.351**	.369**	.425**	1	.367**	.373**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.658	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.095	.280**	.278**	.221*	.293**	.367**	1	.299**	.567**
	Sig. (2-tailed)	.349	.005	.005	.027	.003	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.183	.345**	.331**	.233*	.374**	.373**	.299**	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.068	.000	.001	.020	.000	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MINA T	Pearson Correlation	.414**	.702**	.704**	.644**	.650**	.635**	.567**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

2) Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas (X1) Pengetahuan

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	7

b. Uji Reliabilitas (X2) Promosi

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	9

c. Uji Reliabilitas (X3) Lingkungan Sosial

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	7

d. Uji Reliabilitas (Y) Minat Santri Menggunakan Bank Syariah

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	9

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,14496190
	Absolute	,073
Most Extreme Differences	Positive	,035
	Negative	-,073
Kolmogorov-Smirnov Z		,732
Asymp. Sig. (2-tailed)		,658

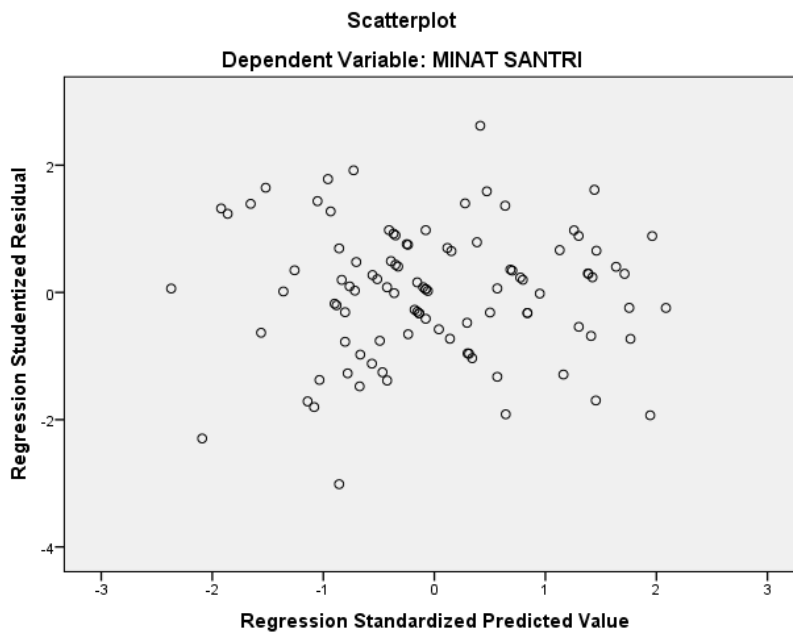
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

2) Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	-2.519	2.670		-.943	.348		
PENGETAHUAN	.598	.109	.397	5.471	.000	.651	1.536
PROMOSI	.055	.074	.046	.735	.464	.891	1.123
LINGKUNGAN SOSIAL	.777	.104	.520	7.490	.000	.712	1.404

a. Dependent Variable: MINAT

3) Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

1) Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics
		d Coefficients			

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.519	2.670		-.943	.348		
	PENGETAHUAN	.598	.109	.397	5.471	.000	.651	1.536
	PROMOSI	.055	.074	.046	.735	.464	.891	1.123
	LINGKUNGAN SOSIAL	.777	.104	.520	7.490	.000	.712	1.404

a. Dependent Variable: MINAT

2) Uji R² (Analisis Koefisiensi Determinasi)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.819 ^a	.671	.660	2,178	2,086

a. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN SOSIAL, PROMOSI, PENGETAHUAN

b. Dependent Variable: MINAT SANTRI

3) Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,519	2,670		-,943	,348
	PENGETAHUAN	,598	,109	,397	5,471	,000
	PROMOSI	,055	,074	,046	,735	,464
	LINGKUNGAN SOSIAL	,777	,104	,520	7,490	,000

4) Uji F (Signifikan Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	927,825	3	309,275	65,184	,000 ^b
	Residual	455,485	96	4,745		
	Total	1383,310	99			

a. Dependent Variable: MINAT SANTRI

b. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN SOSIAL, PROMOSI, PENGETAHUAN

Lampiran 7. Tabel r, Tabel f, Tabel t

1) Tabel r

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287

23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724

73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

2) Tabel f

df untuk penyeb ut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
1	161	199	216	225	230
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44

42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32

89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31

3) Tabel t

df	Signifikansi				
	10%	5%	2,5%	1%	0,5%
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756

30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712
39	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643

76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626
100	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626

Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup

IDENTITAS DIRI

1. Nama : Fariqmatul Muawanah
2. Tempat, Tgl Lahir : Demak, 01 Desember 1997
3. Alamat : Geneng RT 02 RW 01 Kec. Mijen Kab. Demak
4. No. Hp : 089510868590
5. Email : fariqmatul35@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Pangrukti Budi Lulus pada Tahun 2004
2. SD Negeri Geneng 03 Lulus pada Tahun 2010
3. MTs NU Banat Kudus Lulus pada Tahun 2013
4. MA Al-Irsyad Gajah Demak Lulus pada Tahun 2016